

بيئة الصحافة الإلكترونية العربية

سياقات التطور وتحدياته

تحرير

محمد الراجي

تأليف: مجموعة من الباحثين

بيئة الصحافة الإلكترونية العربية
سياقات التطور وتحدياته

تأليف
مجموعة من الباحثين

باسم الطويسي | علي كريمي | محمد الأمين موسى
نصر الدين لعياضي | محمد الراجي | المعز بن مسعود
فاطمة الزهراء السيد | الصادق الحمامي

تحرير
محمد الراجي



مركز الجزيرة للدراسات
ALJAZEERA CENTRE FOR STUDIES



النسخة الأولى: ديسمبر/كانون الأول 2020 م – 1442 هـ

إن الآراء الواردة في هذا الكتاب لا تعبِّر بالضرورة عن مركز الجزيرة للدراسات



الدوحة – قطر
هواتف: 4930181 –4930183 –4930218 (974+)
فاكس: 4831346 (974+) – البريد الإلكتروني: E-mail: jcforstudies@aljazeera.net

التجهيز وتصميم الغلاف: **قطاع الإبداع الفني بشبكة الجزيرة الإعلامية**

المحتويات

تراجم الباحثين

باسم الطويسي

رئيس مجلس إدارة التليفزيون الأردني، وعميد معهد الإعلام منذ عام 2013. حصل على الدكتوراه في الدراسات الإعلامية من القاهرة، ودراسات متخصصة ما بعد الدكتوراه من جامعة فلوريدا في موضوع الإعلام الجديد والإصلاح السياسي. عمل الطويسي في السابق مديرًا لمركز دراسات التنمية في جامعة الحسين بن طلال، وهو عضو سابق في المجلس الأعلى للإعلام في الأردن، واللجنة الملكية للنزاهة، ومحكّم في عدد من جوائز الإعلام الدولية، وعضو مؤسس لعدد من مؤسسات الإعلام الأردنية. صدرت للدكتور الطويسي مجموعة من الكتب في الدراسات الإعلامية والعلوم السياسية والاستراتيجية والتنمية، منها: "الإدراك السياسي لمصادر تهديد الأمن القومي"، و"الحواس الجديدة: التعامل الصحفي في البيئة الرقمية". له العديد من البحوث في دوريات علمية عالمية.

الصادق الحمامي

أستاذ مشارك بقسم الصحافة بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار في جامعة منوبة بتونس. حاصل على الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال من جامعة ستندال غرونوبل الثالثة (Stendhal Grenoble III) بفرنسا. تولّى منصب مدير المركز الإفريقي لتدريب الصحفيين والاتصاليين (رئاسة الحكومة، تونس). صدرت للدكتور الحمامي عدة كتب باللغتين، العربية والفرنسية، منها: الميديا الجديدة (منشورات جامعة منوبة)، كما نشر عدة دراسات في مجلات عربية وأوروبية محكّمة، وفصولًا في كتب عن الميديا والاتصال، منها: Media and Political Contestation in the Contemporary Arab World (Palgrave Macmillan US). وأشرف على عدة تقارير، من ضمنها: "الميديا التونسية والإرهاب" (مركز تونس لحرية الصحافة)، و"المرأة العربية في النقاش الافتراضي" (مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر").

علي كريمي

أستاذ التعليم العالي بكلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية بالدار البيضاء- جامعة الحسن الثاني، وأستاذ قانون الإعلام والقانون الدولي للإنترنت بالمعهد العالي للإعلام والاتصال بالرباط. حصل على درجة الدكتوراه في القانون الدولي والعلاقات الدولية عام 1986. يرأس الدكتور كريمي الجمعية المغربية للعلوم السياسية، والمركز المغربي للدراسات والأبحاث في حقوق الإنسان والإعلام. وهو خبير دولي لدى الإيسيسكو واليونسكو ولدى وزارة الاتصال بالمغرب، وعضو اللجنة العلمية الاستشارية لصياغة قانون الإعلام المغربي، ومستشار قانوني لدى هيئة الإنصاف والمصالحة المغربية سابقًا. له عدة كتب، منها: "قوانين الإعلام المكتوب في دول المغرب العربي: الواقع والآفاق"، و"المضامين الإعلامية الغربية حول الإسلام في ضوء القانون الدولي".

فاطمة الزهراء السيد

أستاذ الصحافة المشارك بكلية الإعلام في جامعة القاهرة. حصلت على الدكتوراه من الجامعة نفسها عام 2007، والماجستير من جامعتي القاهرة 2001 وليدز 2018. قامت بالتدريس في جامعة القاهرة وجامعتي الملك عبد العزيز والملك سعود، وتولَّت رئاسة قسم الصحافة بجامعة الأهرام الكندية بمصر خلال عامي 2015/ 2016. حصلت على منحة أميركية لدراسة مؤسسات الإعلام عبر الولايات المتحدة لعام 2016، وشاركت بأبحاث في العديد من المؤتمرات الدولية للاتصال، وعضو بكل من الرابطة الدولية للاتصال والجمعية الأميركية لتعليم الصحافة. حصلت الدكتورة فاطمة الزهراء مرتين على جائزة أفضل بحث خلال المؤتمر الدولي لدراسات الإعلام 2008 و2012 بجامعة القاهرة، ونشرت أكثر من 12 بحثًا علميًّا في قضايا الاتصال والإعلام الجديد في دوريات محكمة عربية وأجنبية.

محمد الأمين موسى

أستاذ الصحافة الإلكترونية المشارك بقسم الإعلام بكلية الآداب والعلوم في جامعة قطر. حاصل على الدكتوراه في الاتصال من جامعة أم درمان الإسلامية بالسودان؛ وماجستير من المعهد العالي للإعلام والاتصال بالمغرب. قام بالتدريس في عدة جامعات بالإمارات والمغرب. صدرت للدكتور الأمين موسى مجموعة من الكتب، منها: "العامل النفسي والاتصال"،

و"الاتصال غير اللفظي"، و"في رحاب الصحافة"، و"الاتصال غير اللفظي في القرآن الكريم"؛ و"مدخل إلى تصميم الجرافيك"؛ و"التواصل الفعال: الأسس العلمية والمجالات التطبيقية". نشر مجموعة من البحوث في مجلات علمية محكمة حول الإعلام الجديد والتواصل الفعال وتصميم الجرافيك والوسائط المتعددة والصحافة الإلكترونية والعلاقات العامة.

محمد الراجي

باحث في مركز الجزيرة للدراسات، ومشرف برنامج الدراسات الإعلامية، وسكرتير تحرير مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية والإعلامية التي يصدرها المركز. حاصل على شهادة الدكتوراه في الإعلام من جامعة أم درمان الإسلامية في العام 2015، وماجستير في الصحافة والإذاعة من الجامعة نفسها في العام 2011، ودبلوم الدراسات العليا في الأدب الحديث من جامعة محمد الخامس بالمغرب في العام 1995. عمل في قناة الجزيرة بقسم ضمان الجودة بين عامي 2005-2013. تُركِّز اهتماماته البحثية على الإعلام والاتصال وأثرهما المعرفي والثقافي والاجتماعي، وهو محرِّر كتاب: "سلطة الإعلام الاجتماعي: تأثيراته في المنظومة الإعلامية التقليدية والبيئة السياسية". نشر أوراقًا بحثية في كتب، منها: "الجزيرة في عشرين عامًا: أثرها في الإعلام والسياسة والأكاديميا"، و"تنظيم الدولة الإسلامية: النشأة والتأثير والمستقبل".

المعز بن مسعود

أستاذ الإعلام والاتصال بجامعة قطر والجامعة التونسية. تولى منصب رئيس قسم الاتصال بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار بالجامعة التونسية، ثم نائب العميد ومدير الدراسات بالمؤسسة نفسها، كما عمل مستشارًا لدى الهيئة العليا المستقلة للانتخابات. أشرف على تنسيق الدراسات العليا بالماجستير المهني في الاتصال السياسي، والماجستير المهني في الإعلام متعدد المنصات. نسَّق الكثير من المؤتمرات العلمية، والمشاريع البحثية مع منظمات مانحة أجنبية، ويشرف حاليًّا على العديد من طلبة الدكتوراه من تونس وخارجها. نشر العديد من البحوث والمؤلفات، منها: "الاتصال السياسي في العالم العربي وإفريقيا: المقاربات وآليات الممارسة"؛ و"إعلام الخدمة العامة في الوطن العربي: الخصائص، والرهانات والتحديات"؛ و"دليل تغطية الأحداث السياسية"، و"الإعلام والفاعلون السياسيون في فترة الانتقال الديمقراطي في تونس"؛ و"تحولات المشهد الإعلامي والاتصالي بمملكة البحرين: التنظيم الهيكلي والتشريعات".

نصر الدين لعياضي

أستاذ الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر، تولَّى تدريس الإعلام بجامعة الشارقة في الإمارات العربية المتحدة لعدة سنوات، وترأَّس فيها لجنة الدراسات العليا والبحث العلمي. وأستاذ الإعلام والاتصال بمعهد الإمارات الدبلوماسي ورئيس لجنته العلمية، ومستشار لشؤون الإعلام برئاسة الجمهورية الجزائرية. نشر العديد من البحوث والدراسات في مجلات علمية محكمة جزائرية وأجنبية في الإعلام والاتصال. وأصدر سلسلة من الكتب منها: "الاتصال والإعلام والثقافة: عتبات التأويل"، و"هوامل الحديث عن الميديا"، و"التعامل مع وسائل الإعلام: الأسس والأدوات"، و"وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة: القاعدة والاستثناء". وقام بترجمة بعض المؤلفات إلى اللغة العربية كان آخرها "سوسيولوجيا الاتصال والميديا، مشروع نقل المعارف".

مقدمة

ظلت الصحافة الإلكترونية، خلال العقدين الماضيين اللذين برز فيهما الإعلام الجديد مُكَرِّسًا واقعًا اتصاليًّا وإعلاميًّا وثقافيًّا جديدًا، تتمتَّع بحضور أوسع في المجال العام؛ شاغِلةً المتلقي العربي ومالِئةً بحواملها المختلفة الفضاء السيبراني بعد التراجع المطرد للصحافة الورقية كوسيلة إعلامية وصناعة تعيش أزمة نموذجيها الاقتصادي والمهني اللذين جعلا بعض المؤسسات العريقة تلجأ إلى خيار الخروج من المشهد الإعلامي المكتوب بعد تجربة صحفية امتدَّ بعضها سبعة عقود وطي صفحات تجربتها الصحفية، مثل: المستقبل ودار الصياد وقبل ذلك مؤسسة ألف ليلة وليلة والسفير. وفي مصر وحدها أُغلق نحو 50 في المئة من الصحف التي حافظت على الصدور خلال الأعوام الخمسة الماضية، وتراجع عدد المطبوعات الورقية في تونس من 255 صحيفة ومجلة عام 2010 إلى أقل من 50 عام 2018. وقد تفاقم هذا الوضع، أي خيار الخروج، في سياق أزمة انتشار جائحة كورونا، والتي امتد تأثيرها لجميع القطاعات بما في ذلك الصحافة الورقية؛ حيث كشفت عمق التحديات التي يواجهها هذا القطاع وهشاشته بعد أن اتجهت معظم الصحف إلى تعليق إصدار طبعاتها الورقية؛ فاضطربت البنية الاقتصادية للمؤسسة الصحفية ووظيفتها (النشر والطباعة والتوزيع والإشهار)، واضمحلت سوقها الأولية (سوق القراء) والثانوية (سوق المعلنين)، وهو ما سيؤدي ببعضها إلى الإفلاس والإغلاق.

وبالتوازي مع انتشار الصحافة الإلكترونية ونموها المتسارع، حظي هذا القطاع باهتمام الفاعلين الاقتصاديين والسياسيين أيضًا للاستثمار في مشاريع إعلامية إلكترونية، حيث نشأت صناعة صحيفة إلكترونية -ولئن كانت في بدايتها- تحاول أن تتواءم مع الخصائص التواصلية لشبكة الويب والتواصل الإنساني عبر الإنترنت، كما استأثرت بانتباه المجال البحثي، لاسيما حركة التأليف الإعلامي والدرس الأكاديمي.

وتزخر المكتبة العربية بعشرات الكتب التي تتناول الصحافة الإلكترونية في العالم العربي، فضلًا عن الرسائل والأطروحات الجامعية التي تغري الباحثين بمتابعة تطور هذا القطاع الصحفي وانتقالاته في سياق التحولات الاتصالية والإعلامية الهائلة التي فرضتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وتأثيرها في بيئة الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بمحيطها السياسي

والاقتصادي والاجتماعي والثقافي. ويُركِّز هذا الإنتاج المعرفي -نظريًّا وتطبيقيًّا- في مقاربته لإشكاليات الصحافة الإلكترونية على أبعاد تقليدية (النشأة والتكوين، والتنظيم القانوني، وأخلاقيات المهنة...)، وحديثة أيضًا (النموذج الاقتصادي للصحافة الإلكترونية، وتأثير أزمة كورونا في صناعة الصحافة والميديا، واستخدام الوسائط المتعددة، وتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي...)، لكن بمنظور تجزيئي يجعلها أحيانًا قضايا أو موضوعات مستقلة دون مراعاة شبكة العلاقات بين هذه القضايا والسياقات التي تتفاعل فيها، وهو ما يؤثر بلا شك في نتائج الدراسة عندما تفتقر للرؤية التحليلية التركيبية، أو البعد العلائقي، في استقصاء الظاهرة وبحث متغيراتها.

يحاول هذا الكتاب، الذي نُشِرَت فصوله في ملف بحثي بموقع مركز الجزيرة للدراسات، في فبراير/ شباط 2019، أن يتجاوز المنظور التجزيئي في دراسة بيئة الصحافة الإلكترونية العربية، ويُقدِّم تأصيلًا معرفيًّا لسياقات نشأتها وتطورها، ومقاربة تركيبية لتحديات البنية الهيكلية والتشريعية والمهنية والتكنولوجية والمسارات المستقبلية لهذا القطاع الصحفي من خلال المدخل النظري لـ"إيكولوجيا الإعلام"؛ الذي أصبح حقلًا علميًّا بفضل جهود ثلاثة من الرواد: مارشال ماكلوهان (Marshall McLuhan) ووالتر جاكسون أونج (Walter Jackson Ong) ونيل بوتسمان (Neil Postman)، كما توضح فصول الكتاب، وهو يُعنى بدراسة البيئات الإعلامية المختلفة؛ حيث تلعب التكنولوجيا والتقنيات ونموذج المعلومات ورموز الاتصال دورًا أساسيًّا في الشؤون الإنسانية، ويتم "البحث في العلاقات بين الفاعلين ومعالجات المنظومات الإعلامية في مستويات مختلفة؛ لاسيما أن دراسة وسائل الإعلام تستدعي التفكير في المحتوى والكيفية التي يؤثر بها في الناس، وكيف يمكن لهؤلاء الذين تعرضوا لوسائل الإعلام اتخاذ إجراءات للتأثير في المنظومات الاجتماعية". وتبدو أهمية هذا المدخل في كونه نموذجًا تفسيريًّا للبيئة الإعلامية من خلال دراسة بنيتها وهيكلها والمحتوى وتأثيراته، وديناميات التفاعل بين الظاهرة الإعلامية (الصحافة الإلكترونية) وسياقاتها المركَّبة -السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية- نشوءًا وتطورًا وتكيُّفًا مع البيئة الاتصالية الجديدة، وأيضًا لبحث إطارها التنظيمي وعلاقتها بالإعلام التقليدي والمجتمع، والسوق الإعلامية التي تنتظم نشاطها، وكيفية استجابتها لاحتياجات المستخدمين، وطبيعة ونوع الجمهور الإعلامي الجديد الذي تستهدفه، والمجال العام الذي تتحرك فيه والثقافة السياسية التي تُنْشِئُها، وأسلوب التفكير الذي تُحدثه، والتنظيم الاجتماعي الذي تخلقه.

إذًا، تنبع أهمية هذا الكتاب من الرؤية التركيبية لمقاربة الصحافة الإلكترونية في العالم العربي باعتبارها بيئة تتفاعل مع باقي الأنساق الأخرى التي تُشكِّل الواقع السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي، ويتزايد أيضًا حضورها في مجال استقاء الأخبار والمعلومات وكذلك في المجال البحثي، وتسهم في تزويدنا -كما يقول المفكر الفرنسي بول ماتياس (Paul Mathias)- بفائض من القوة الإدراكية وتُوَسِّع أفق الممارسات الاجتماعية والثقافية، ونضيف إلى ذلك إثراءها لأدوات البحث وأساليب التفكير.

وتأتي أهمية الكتاب أيضًا من طبيعة التحولات المهنية التي يشهدها الإعلام في العالم العربي، وهي تحولات سريعة وهيكلية، كما يقول الدكتور باسم الطويسي، أحد المُؤلِّفين المشاركين في هذا الكتاب، أبرزها محاولة الإعلام التقليدي البحث عن مساحة للاستمرار في العالم الرقمي كما حدث لعدد من الصحف اليومية، وكذلك الحال في محاولات بناء نموذج اقتصادي جديد ينعتق من مرحلة التجريب والهواية، علاوة على الأدوار المتنامية للصحافة الإلكترونية في تنمية المجال العام والمشاركة الديمقراطية الوليدة في بعض المجتمعات العربية، على الرغم من أن هذه التحولات السريعة تحدث وسط حالة من الإرباك في المشهد الإعلامي، ولاسيما أن الصحافة الإلكترونية بدأت تواجه تحديات مختلفة قد تهدد وجودها. فضلًا عن ذلك، تسهم هذه الدراسة في إثراء الدرس الأكاديمي من خلال منظور إيكولوجيا الإعلام الذي يُقدِّم، كما تلاحظ الدكتورة فاطمة الزهراء السيد، تفسيرات للتحولات والتغييرات الديناميكية التي تطرأ على طبيعة العلاقات بين الكائنات/ المتغيرات التي تعمل معًا في نطاق حيوي/ إنساني معين.

ويسعى هذا الكتاب إلى تحقيق عدد من الأهداف، أهمها:

- التأصيل المعرفي لنشأة الصحافة الإلكترونية العربية وسياقات تطورها.

- تحديد سياقات التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية وموجبات الشرط السياسي والتكنولوجي.

- إبراز دور الصحافة الإلكترونية في تشكيل أو إعادة تشكيل المجال العام.

- تحديد البعد الإيكولوجي لاقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية.

- إبراز سياقات حرية الصحافة الإلكترونية العربية من خلال دراسة الحالة الأردنية.

– التعرف على تحديات الصحافة الإلكترونية العربية مهنيًّا وتكوينيًّا وتكنولوجيًّا.

– تحديد مظاهر الحالة التنافسية بين الصحافة الإلكترونية العربية ومنصات الإعلام الاجتماعي والمسارات المستقبلية.

– إبراز تأثير أزمة كورونا في صناعة الصحافة والميديا.

انطلاقًا من هذه الأهداف، يتناول الكتاب عددًا من المحاور بمشاركة باحثين وأكاديميين مختصين في الصحافة الإلكترونية؛ وقد تم توزيعها على الفصول الآتية:

أولًا: الصحافة الإلكترونية في العالم العربي: سياقات النشأة وتحديات التطور

يُؤَصِّل هذا الفصل لسياق نشأة الصحافة الإلكترونية في المجال العربي كاشفًا مسارات تطورها وانتقالاتها وأبعاد هويتها المهنية، وأدوار الأيديولوجيا والسياسة وجاذبية التكنولوجيا في سياقات هذه النشأة والتطور، ويبحث العناصر البيئية "الإيكولوجية" ومساهمتها في صياغة التأثيرات المتبادلة سواء في الأبعاد السياسية أو الاقتصادية أو المجتمعية. كما ترصد الدراسة التي أعدَّها الدكتور باسم الطويسي مشكلات ومحددات الصحافة العربية التقليدية التي حملتها الصحافة الإلكترونية العربية بل وجاءت بإشكاليات جديدة، وتحديات غير مألوفة بعضها يرتبط بظاهرة الإعلام الرقمي العالمية، وأخرى ترتبط بالخصوصيات الثقافية والسياسية العربية.

ثانيًا: التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية وموجبات الشرط السياسي والتكنولوجي

ترصد الدراسة تطور التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية، وتحاول فهم حقيقة قواعده وأهدافه ومقاصده ليس في متن النص القانوني بل في محيطه السياسي والاقتصادي والاجتماعي. ويرى الأكاديمي علي كريمي أن مقاربة الإطار القانوني للصحافة الإلكترونية تقتضي استقصاء الحقل الاستفهامي الآتي: كيف تعاملت القوانين الخاصة بالإعلام والاتصال مع تكنولوجيات الإعلام؟ وما اللحظة التي بدأ فيها تقنين هذه التكنولوجيات؟ وما علاقة الإطار القانوني لصحافة الإلكترونية بالصحافة التقليدية؟ وهل ما ينطبق على الصحافة الورقية والسمعية البصرية من ضوابط ينطبق على الصحافة الإلكترونية أم أن لهذه الأخيرة نظامًا قانونيًّا خاصًّا بها؟

ثالثًا: البعد الإيكولوجي لاقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية: الواقع والنموذج

ينطلق البحث للنظر في الجوانب الإيكولوجية للاقتصاديات المُؤَسِّسَة للنشاط الإعلامي وهو يمر بمنعطف يكاد يُحْدِث قطيعة مع الماضي من حيث مفاهيم الإنتاج والاستهلاك والبيع، ويُقدِّم موقع الويب بديلًا للكتاب والصحيفة والمجلة والمذياع والتلفاز، مُسْتَغْنِيًا عن الورق والأثير والأقمار الاصطناعية، ومُعَزِّزًا بصداقته للبيئة واستثماره الأقصى للموارد المالية والبشرية. وتنظر الدراسة للدكتور محمد الأمين موسى في إمكانية إيجاد نموذج عملي لاقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية قابل للتطبيق ضمن بيئة تواصلية تهيمن فيها وسائل التواصل الاجتماعي على اهتمامات المتواصلين وتسعى لتمكينهم من الحصول على الرسائل التواصلية الإعلامية بتكلفة تقترب من الصفر.

رابعًا: الصحافة الإلكترونية العربية والمجال العام: فضاءات مشتركة للاستقطاب والمشهدية

تُراجع هذا الفصل دور الصحافة الإلكترونية العربية في تشكيل أو إعادة تشكيل المجال العام من خلال مجموعة من الافتراضات التي ترصد انزياحها إلى التجييش والتعبئة والإقصاء ونزوعها إلى شَخْصَنَة الأخبار والإعلام بشكل أكبر؛ فتُقدِّم من الأخبار والتعليقات ما يتناغم مع أفكار القارئ المسبقة والجاهزة وتُبْعِدُه عن مواجهة الأفكار المعارضة أو المخالفة فتشجع الاستقطاب بدل الانفتاح على الحوار والتداول. ويبحث الفصل الذي أعدَّه الأكاديمي نصر الدين لعياضي مسألة التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية التي توحي بعرض صورة عن الرأي العام السائد في المجتمع، بينما لا تعمل سوى على تسخيرها لاصطناع رأي عام قد يكون غير موجود في الواقع.

خامسًا: حرية الصحافة الإلكترونية في الأردن ومؤشرات البيئة الصديقة والكابحة للحريات

تبحث الدراسة حالة حرية الصحافة الإلكترونية في الأردن ضمن سياقاتها القانونية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية، وتستقصي العوامل والمؤشرات الصديقة للحريات الإعلامية والأدوات الكابحة لها التي تؤثر في اتجاهاتها ومساراتها. وتفترض الدراسة، التي أنجزها الدكتور محمد الراجي، وجود علاقة تبادلية بين مظاهر البيئة الإعلامية للصحافة

الإلكترونية والسياق السياسي العام؛ إذ ينعكس هذا التفاعلُ بين بيئة العمل الإعلامي الإلكتروني والسياقات المختلفة في حالة الممارسة الإعلامية ونسق تغطيتها ومعالجتها للقضايا التي تهمُّ الرأي العام، والإطار الوظيفي للعمل الصحفي الإلكتروني، ويؤثر أيضًا في جوهر حرية الصحافة الإلكترونية وحدودها وطبيعة أبعادها، وكذلك في المنظومة القانونية التي تؤطِّر الممارسة المهنية، وعلاقة الصحافة بالسلطة والنظام السياسي عمومًا.

سادسًا: أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية

تناقش الدراسة الضوابط المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني التي قد تكون هُمِّشت في ظل الهوس بالمعايير التقنية التي أصبحت تحتل الجانب الأكبر من اهتمامات المشتغلين بالصحافة الإلكترونية العربية، واللهاث وراء السبق الصحفي على حساب المعايير المهنية مما أفسح المجال واسعًا أمام الشائعات. وتحاول الدراسة التي أعدَّها الدكتور المعز بن مسعود طرح رؤية جديدة لأخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية ترقى –مهنيًّا، وقانونيًّا، ومدنيًّا– إلى إيجاد معايير محددة في البيئة العربية الإلكترونية، يمكن من خلالها تقييم مدى احترام المضامين الإعلامية المنشورة رقميًّا وإلكترونيًّا لأخلاقيات المهنة؛ مما يساعد على الرقي بالقيمة الاحترافية للمؤسسات الإعلامية العربية العاملة في هذا المجال.

سابعًا: ميكانيزمات التعايش والتنافس بين الصحافة الإلكترونية ومنصات الإعلام الاجتماعي

يتناول هذا الفصل واقع الصحافة الإلكترونية في عالم اليوم بصفة عامة وفي منطقتنا العربية بشكل خاص، وهو يشير إلى وجود العديد من الإشكاليات والتحديات التي فرضها بالأساس ظهور وتطور وسائل التواصل الاجتماعي بشبكاتها وتطبيقاتها المتعددة. وتسعى الدراسة للأكاديمية، فاطمة الزهراء السيد، إلى رصد وتحليل الدراسات التي اهتمت بهذه الإشكالية بهدف بلورة أهم الاتجاهات النظرية في هذا الشأن وتقديم بعض التفسيرات التي قد تسهم في الإحاطة بالمتغيرات الحاكمة لهذا الواقع وتطوراته المرتقبة مستقبلًا وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات التالية: ما مظاهر الحالة التنافسية التي تعيشها الصحافة الإلكترونية العربية؟ ما طبيعة التحديات التي تواجهها؟ وما مدى تأثيرها على الأداء المهني؟

ما أشكال التعايش الممكنة بين الصحافة الإلكترونية العربية ومنصات التواصل الاجتماعي؟ إلى أين تتجه المسارات المستقبلية للعلاقة بين النمطين الإعلاميين؟

ثامنًا: كيف غيَّرت كورونا صناعة الصحافة والميديا؟

تتناول الدراسة إشكالية تأثيرات أزمة جائحة كورونا على صناعة الصحافة والميديا في سياقاتها المتعددة الصناعية والصحفية المهنية وحتى الثقافية. وترى أن المقاربة الأسلم للتفكير في أزمة كورونا وانعكاساتها على صناعة الميديا تتمثَّل في النظر إليها باعتبارها كاشفة لأزمات سابقة ولإشكاليات قديمة وعميقة وهيكلية ذات بُعد نسقي. وتلاحظ الدراسة التي أعدَّها الدكتور الصادق الحمامي، أن الدرس الأساسي المستخلص من أزمتي 2009 وجائحة كورونا هو أن الحلول المبتكرة التي انتهجتها الصحافة الإلكترونية لا تتوافر شروطها في العالم العربي لأسباب عديدة، منها أولًا: أن استراتيجية المضمون بمقابل تقتضي أن تكون هناك بيئة رقمية تصبح فيها تكنولوجيات الدفع الإلكتروني متوافرة ومتاحة وثقافة الدفع عن بُعد راسخة؛ وهذا ما لا يتوافر إلى الآن في غالبية الدول العربية. وتتمثَّل الصعوبة الثانية في محدودية قدرات المواطنين على شراء المضامين الصحفية؛ ما يعنى أن الصحافة بمقابل هي صحافة بالضرورة نخبوية مخصصة لمن له القدرة على الدفع. أما الصعوبة الثالثة، فتتعلق بقدرات المؤسسات الصحفية على إنتاج المضامين الجيدة التي تستحق أن تُحَوَّل إلى مضامين يدفع من أجلها الناس مقابلًا. وهذه المضامين على غرار التحقيقات والاستقصاء وصحافة البيانات والصحافة التفسيرية وصحافة التحري والتي يطلق عليها صحافة الجودة تحتاج إلى موارد مالية وبشرية مهمة وإلى سياق سياسي مُواتٍ لا يتوافر الآن في ظل غياب الحريات وسيطرة الدولة على الميديا والصحافة.

المحرر

مايو/ أيار 2020

الفصل الأول

الصحافة الإلكترونية في العالم العربي
سياقات النشأة وتحديات التطور

باسم الطويسي
عميد معهد الإعلام الأردني

شهد المجال العام العربي في الألفية الجديدة تحولات متعددة بعضها عميق ونال بنى سياسية وأمنية، وبعضها بقي سطحيًّا. ولعل الظاهرة الإعلامية العربية تقع في صلب هذه التحولات والتي تنطوي على العديد من المفارقات؛ حيث شهد العالم العربي عرضًا واسعًا من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة (الرقمية) مقابل طلب واستخدام اجتماعي كبير.

وفي الوقت الذي تعددت فيه السرديات حول دور الإعلام الرقمي في التحولات السياسية والربيع العربي وما قبله وما بعده، فإن ملامح ثنائية العرض والطلب وخصائصها بقيت غامضة ومتحولة من سيطرة السلطة إلى رأس المال مرورًا بالخطاب الأيديولوجي ووصولاً إلى حاجة المجتمعات العربية إلى معرفة جديدة ورواية أخرى للأخبار، لكن كل هذه التحولات أكدت تعاظم مكانة الإعلام في المجتمعات العربية.

وسط هذه البيئة المتحولة يبدو السؤال المركزي في هذه الدراسة: هل استطاعت الصحافة الإلكترونية (الرقمية) في العالم العربي أن تشق طريقًا واضحًا يمنحها هوية مهنية؟ وما أدوار الأيديولوجيا والسياسة وجاذبية التكنولوجيا في سياقات النشأة والتطور؟ وكيف عملت العناصر البيئية «الإيكولوجية» في صياغة التأثيرات المتبادلة سواءً في الأبعاد السياسية أو الاقتصادية أو المجتمعية؟

تأتي أهمية هذه الدراسة من طبيعية التحولات المهنية التي يشهدها الإعلام في العالم العربي وهي تحولات سريعة وهيكلية وأبرزها محاولة الإعلام التقليدي البحث عن مساحة للاستمرار في العالم الرقمي كما حدث مع عدد من الصحف اليومية، وفي محاولات بناء نموذج اقتصادي جديد ينعتق من مرحلة التجريب والهواية، علاوة على الأدوار المتنامية للصحافة الإلكترونية في تنمية المجال العام والمشاركة الديمقراطية الوليدة في بعض المجتمعات العربية، على الرغم من أن هذه التحولات السريعة تحدث وسط حالة من الإرباك في المشهد الإعلامي، ولاسيما أن الصحافة الإلكترونية بدأت تواجه تحديات مختلفة قد تهدد وجودها. فضلاً عن ذلك، تسهم هذه الدراسة في إثراء الدرس الأكاديمي بتقديم منظور جديد لهذا الموضوع من خلال منظور البيئة الإعلامية. لقد أسهمت وسائل الإعلام في خلق بيئة ونسق قوي داخل أنساق البيئة السياسية والاجتماعية والثقافية. لقد بقيت الدراسات تركز بشكل أساسي على تأثير المحتوى الإعلامي، وعلى أهمية دراسة المحتوى إلا أنه ينبغي إيلاء مزيد من الاهتمام لـ»بيئة الإعلام» وكيف تسهم في ظهور وتغيير الممارسات الثقافية والسياسية.

1. السياق الإيكولوجي لفهم تحولات الإعلام

لقد أسهمت وسائل الإعلام في خلق نسق قوي داخل أنساق البيئة السياسية والاجتماعية والثقافية. لذا، لا يمكن فهم تحولات الإعلام المعاصر دون فهم السياق الإيكولوجي، لقد بقيت الدراسات تركز بشكل أساسي على تأثير المحتوى الإعلامي وعلى أهمية دراسة المحتوى، إلا أن الوسائل والبيئة التي تعمل فيها الوسائل أخذا يحتلان مزيدًا من الاهتمام. إن «بيئة الإعلام» وكيف تسهم في ظهور وتغيير الممارسات الثقافية والسياسية باتت تشكِّل المفتاح لفهم العلاقة المعقدة بين الإعلام والمجتمع.

لقد ثبت أن كشف ملامح بيئة الإعلام تمنح قدرة على فهم الرسائل الإعلامية وفهم التأثير، وبالتالي كشف ملامح سلوك الجمهور في بعض اللحظات، كما أن البيئة الإعلامية قد تسهم في تشكيل ممارسات دولية مختلفة[1].

تذهب النظرية التاريخية للوسائط، أو نظرية الحتمية التكنولوجية، إلى أن النموذج الاتصالي القائم على الوسيلة حيث يتواصل من خلالها الناس له تأثير يتجاوز اختيار رسائل محددة أي اختيار المحتوى، لأن وسائل الإعلام ليست مجرد قنوات لنقل المعلومات بين بيئتين أو أكثر، بالأحرى هي بيئات ينمو فيها المحتوى ويتشكَّل وتحدد خصائصه طرق تلقي الرسائل وطرق التفاعل معها[2].

لقد شرح مارشال ماكلوهان (Marshall McLuhan) (1964) كيف تفرض وسائل الإعلام نفسها على جميع المستويات خاصة الحياة الاجتماعية، وكيف تخلق هذه العملية بيئة حسية غير مرئية لنا. إن طبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة من المراحل تساعد على تشكيل المجتمع وتنظيمه أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل. وقسَّم وسائل الإعلام إلى وسائل باردة وأخرى ساخنة، ويقصد بالوسائل الباردة تلك التي تتطلب من المستقبل جهدًا إيجابيًّا للمشاركة والمعايشة والاندماج معها. أما الوسائل الساخنة، فهي الوسائل الجاهزة ومحددة الأبعاد نهائيًّا، وهي لا تحتاج من المشاهد أو المستمع إلى أي جهد يبذله

---

(1) Chiara de Franco, "Media Ecology and the Blurring of Public and Private Practices: A Case from the Middle East," Politik, Vol. 19, no. 4 (2016).

(2) Joshua Meyrowitz, No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior (New York, Oxford: Oxford University Press, 1985).

للمشاركة أو المعايشة، فالكتابة والإذاعة المرئية هي وسائل باردة، أما الطباعة والسينما فهي وسائل ساخنة[1].

يذهب ماكلوهان في كتابه الشهير «الوسيلة هي الرسالة» إلى فكرة «القرية العالمية» التي سكَّها لأول مرة في نهاية الستينات وأن الوسائل الإلكترونية الحديثة ربطت أطراف العالم ببعضه وقرَّبت المجتمعات وكذلك الجماعات داخل المجتمع الواحد، وبالتالي فإن المجتمع البشري لن يعيش في عزلة بعد الآن، وهذا ما يدفع البشر إلى التفاعل والمشاركة فقد تغلبت الوسائل الإلكترونية على القيود والوقت والمسافة وأدت إلى بروز اهتمام المواطنين بالدول الأخرى؛ فالرصد الذي اتبعه في تطور المجتمعات وتحولها من الثقافة الشفهية إلى اللغة المكتوبة ومن الثقافة المكتوبة إلى الثقافة الإلكترونية جعله يتصور أنه أدرك نهاية هذا التطور باكتمال بناء القرية العالمية التي تتوحد فيها حاجات الناس ومتطلباتهم إلى جانب وعيهم ومواقفهم ورؤاهم وربما مشاعرهم حيال الآخرين والأشياء.

تتمحور معظم دراسات منظور البيئة الإعلامية على مساهمات مدرسة تورنتو، ومدرسة نيويورك (المدرسة الأميركية للدراسات الثقافية). ويعتقد أن أول من وضع مصطلح الحتمية التكنولوجية هو ثورستين فيبلن (Thorstein Veblen) (1857–1929) عالم الاجتماع والاقتصادي الأميركي. يرجح أن يكون كلارنس أيريس (Clarence Ayres) أكثر الحتميين التكنولوجيين راديكالية في الولايات المتحدة في القرن العشرين، وعلى هذا الأساس وضعت المدارس الفكرية السابقة أطروحاتها الكبرى في بحوث بيئة الإعلام التي وصلت ذروتها في مساهمات مارشال ماكلوهان حيث استفادت تلك المدارس من نظرية النظم ومن نتائج بحوث علم الأحياء[2].

يُعَدُّ نيل بوستمان (Neil Postman) أول من سكَّ مفهوم البيئة الإعلامية في عام 1968 وقصد به الأنساق التي تعمل فيها وسائل الإعلام؛ حيث تنظر بيئة الإعلام إلى مسألة كيفية تأثير وسائل الاتصال والإعلام على الإدراك البشري، والفهم، والشعور، والقيمة؛ وكيف أن تفاعلنا مع وسائل الإعلام يسهل أو يعوق فرصنا في البقاء. وأن لكل عصر وسائط اتصالية هي

(1) Marshall McLuhan, Understanding Media: The Extensions of Man (New York: McGraw-Hill, 1964).

(2) Merrit Roe Smith and Leo Marx, Does Technology Drive History? The Dilemma of Technological Determinism (London: The MIT Press, 1994).

أدوات التغيير في ذلك العصر، ويطرح النهج الإيكولوجي لوسائل الإعلام حسب بوستمان ثلاثة أسئلة: ما الآثار الأخلاقية للوسائط التكنولوجية؟ هل النتائج والتأثيرات أكثر إنسانية أم معادية للإنسانية؟ هل نكسب، كمجتمع، أكثر مما نخسره، أم أننا نخسر أكثر مما نكسبه؟[1].

هناك العديد من التعريفات لماهية علم البيئة الإعلامي. معظم التعريفات المعروفة وردت عن نيل بوستمان، ولانسكتر ستير وكريستين نيستروم (Kristina Nyström). حسب نيل بوستمان، يعني علم البيئة الإعلامي ذلك المنظور الذي يقدم فهمًا للتفاعل بين الإعلام والبشر ويعطي ثقافة قد تميز عصرًا بأكمله، وقال: إن مصطلح إيكولوجيا وسائل الإعلام أُخذ في الاعتبار لجعل الناس أكثر وعيًا بحقيقة أن البشر يعيشون في نوعين مختلفين من البيئات؛ واحد هو البيئة الطبيعية، وتتكون من أشياء مثل الهواء والأشجار والأنهار واليرقات، والآخر هو البيئة الإعلامية، التي تتكون من اللغة والأرقام والصور المجسمة وكل الرموز الأخرى والتقنيات التي تجعلنا على ما نحن عليه[2]. قدم الجيل الثاني من مفكري مدارس الحتمية التكنولوجية وعلى رأسهم روبرت لوغان (Robert Logan) إسهاماتٍ مهمة في فهم بيئة التكنولوجيا الرقمية المعاصرة حيث أكد أن النظام الإيكولوجي المعاصر يتكون من ثلاثة عناصر أساسية هي البشر ووسائل الإعلام والتكنولوجيا وأن التفاعل بين هذه العناصر يسهم في فهم أفضل للكثير من الظواهر الاجتماعية المعاصرة[3].

2. الصحافة الإلكترونية: المقاربة النظرية المبكرة

جاءت الصحافة الإلكترونية (الرقمية) امتدادًا لمنتجات شبكة الإنترنت، وبدت أيضًا امتدادًا للصحافة التقليدية مع تغيير جوهري في أوعية وأشكال العرض والتلقي؛ إذ اكتفت بإعادة إنتاج المضامين الصحفية والإذاعية والتليفزيونية. ولأن شبكة الإنترنت بحد ذاتها نامية ومتحولة، فقد شقَّت الصحافة الإلكترونية طريقها في التحول والنمو وأخذت تبتكر

---

(1) Neil Postman, "The humanism of media ecology," Proceedings of the Media Ecology Association, Vol. 1 (2000): 10-16.

(2) Alexandra Salas, "Media Ecology Comes into Its Own," The Education Digest, Vol. 4 (2007): 62-66.

(3) Octavio Islas and Juan David Bernal, "Media Ecology: A Complex and Systemic Met discipline," Philosophies 1, no. 3 (2016).

عالمها الخاص، حيث طورت نماذجها وأدواتها ولم تكتف بالشكل والعرض وطرائق التلقي والتفاعل بل شملت تطور المضمون وطرق جمع المعلومات ومعالجتها.

ومع نمو الشبكة العالمية للمعلومات ودخولها في اشتباك متعدد مع التطبيقات الإعلامية الرقمية، استمرت في توفير أدوات مساعدة في إنتاج وإدارة المحتوى الإعلامي، إلى أن ظهر أول أشكال الصحف الإلكترونية (On Line Journalism) في مطلع التسعينات، بعد خدمة (Tele Text) التي تعود جذورها إلى عام 1976 في التعاون الذي تم بين مؤسستي (BBC) والإخبارية (IBA)، حيث عُرف نظام المؤسسة الأول باسم (Ceefax) وعُرف نظام المؤسسة الثانية باسم (Oracle).[1]

وعلى الرغم من عدم القدرة على تحديد تواريخ دقيقة لنشوء الصحافة الإلكترونية فإن صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويدية يعتبرها كثيرون أول صحيفة في العالم تنشر إلكترونيًّا على شبكة الإنترنت عام 1990 [2].

وفي عام 1992، أنشأت (شيكاغو أون لاين) أول صحيفة إلكترونية على شبكة (أميركا أون لاين)[3]. وحسب وجهة نظر أخرى، فإن أول موقع إلكتروني صحفي انطلق من كلية الصحافة والاتصال في جامعة فلوريدا عام 1993، وهو موقع (Polo Alto)[4]. وفي منتصف التسعينات، ظهرت خدمات الوسائط الإعلامية المتعددة (Multimedia) في الوقت الذي أخذ النشر الصحفي الإلكتروني ينتشر بسرعة واسعة من (10) صحف إلكترونية عام 1991 إلى نحو (1,600) صحيفة عام 1996، ووصل العدد عام 2000 إلى (4,000) صحيفة[5].

تُعَدُّ تغطية أخبار انفجار مدينة أوكلاهوما (Oklahoma)، في 19 أبريل/ نيسان 1995، نقطة مرجعية ملائمة لرصد بداية مبكرة تميز الصحافة الإلكترونية عن الصحافة الورقية في

---

(1) Kevin Kawamoto, Digital Journalism: Emerging media and the changing Horizons of Journalism (Rowman & Littlefield, 2003), 32-33.

(2) Ibid, 42.

(3) عباس مصطفى صادق، **صحافة الإنترنت وقواعد النشر الإلكترون**، (أبوظبي، الظفرة للطباعة، 2003)، ص 26-35.

(4) Kawamoto, Digital Journalism, 33.

(5) Ibid, 34.

مصادرها وطرق معالجتها حينما التفتت إلى المصادر الإعلامية المفتوحة بشكل مثير للانتباه، وهو الحدث الذي اعتُبر في حينه أسوأ «انفجار إرهابي» على أرض الولايات المتحدة وقُتل فيه 168 شخصًا، وفي الوقت الذي بقيت فيه وسائل الإعلام التقليدية تعاني فقرًا واضحًا في المعلومات حول الحدث الكبير استطاعت المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت أن تتحول إلى مصدر مفتوح للمعلومات الإخبارية من خلال انفتاحها على مصادر متعددة وواسعة يمثلها أفراد ومؤسسات أهلية؛ حيث تم نشر خارطة للمدينة وموقع الانفجار ورسم مفصَّل عن الأنواع المختلفة للقنابل المستخدمة في الهجمات خلال الساعة الأولى من الانفجار، وفي أماكن متعددة على الشبكة قامت مصادر متعددة أخرى بوصف مشاهد الحدث، وقام آخرون بالتطوع في كتابة تقارير إخبارية حول التفاصيل، وأخذت مواقع تنشر أسماء الناجين والمستشفيات التي استقبلتهم[1].

وفي عام 1999، تكرر الأمر بشكل لافت مع حادث ارتطام طائرة (TWA 800) التي غرقت في المحيط الأطلسي، حيث وفرت مصادر الإنترنت المفتوحة مئات الشهادات حول الحادث، وصلت إلى إثبات ارتطام الطائرة بمنطاد عسكري على الشاطئ.

أخذت الصحافة الإلكترونية تذهب أكثر في تمييز نفسها وأن لا تكون مجرد نسخة من الصحف الورقية على الشاشات، وأخذ هذا النهج أحيانًا طابع الإعلام البديل؛ أفقيًّا تبرز بشكل يُعْتَدُّ به منذ عام 1999 من خلال شبكة (Indy Media) وهي مجموعات من الوكالات الإخبارية الداعية إلى إعلام بديل عبَّرت عنه بالمقاومة لمنظمة التجارة العالمية، وسط صعود حركة الليبراليين وهجمة السوق الجديدة التي اجتاحت العالم في التسعينات من القرن الماضي؛ حيث أسهمت هذه المصادر في إدارة حركة الاحتجاج العالمي ودعت إلى العولمة البديلة[2].

إن الانفجار الهائل في مصادر المعلومات الإعلامية المفتوحة بدأ عهدًا جديدًا أكثر كثافة وتنوعًا مع مطلع العقد الأول من القرن الحادي والعشرين بفضل الاندماج بين التكنولوجيا والإعلام، حيث ازدادت جاذبية وسائل الإعلام لاستيعاب التكنولوجيا الجديدة من جهة،

(1) Ibid, 34-35.

(2) Karthika Muthukumaraswamy, "When the media meet crowds of wisdom: How Journalists are tapping into audience expertise and manpower for the processes of newsgathering," Journalism Practice, Vol. 4, no. 1 (2010): 48-65.

وازدادت قدرة المنتجات التكنولوجية الجديدة على القيام بالوظائف الإعلامية بكفاءة مدهشة وسهولة، ويبدو ذلك واضحًا في الاندماج الهائل في تطبيقات ومنتجات (الأقمار الصناعية، والكوابل، والألياف، والحاسبات، والأجيال المتلاحقة من الهواتف المحمولة) ما أوجد آلاف التطبيقات الجديدة التي صبت جميعها في مصلحة الدخول في مسار تاريخي جديد من المصادر. وتُرصَد ملامح هذه البيئة مع مطلع الألفية بما يلي:

– تعدد وتنوع مصادر المعلومات الإعلامية بشكل كبير خلق لأول مرة بداية موت المرسل التقليدي وبداية نهاية الاتصال الجماهيري وفق نموذجه التقليدي[1].

–كثافة هائلة في مصادر المعلومات وآليات نقلها مقابل طلب هائل واستهلاك واسع؛ حيث إن الوسائل الجديدة بدأت تغيِّر هيكل وبنية الإعلام، وكأنها صممت على أن لا تقبل سيطرة مركزية، بل إن السيطرة عليها موزعة بين جميع المستخدمين[2].

– زيادة حجم ونوع المعلومات الإعلامية المتاحة من خلال الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معًا[3].

– التكامل والاندماج بين المصادر الإعلامية من خلال ما وفرته تكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي بتطبيقاتها المتعددة والمبتكرة على الشبكة وخارجها[4].

– بداية ميلاد صحافة المواطن وانتشارها مع مطلع الألفية، أي الانتقال من الاتصال العمودي ذي الاتجاه الواحد إلى الاتصال الأفقي.

إن التصدي لمعرفة السياق التاريخي والاجتماعي والثقافي لتطور الصحافة الإلكترونية في العقود الثلاثة الأخيرة يفتح المجال للبحث في فهم بيئة هذا التطور، وهذا ما يتطلب التناول في ثلاثة مستويات:

---

(1) Steven Chaffee and Miriam J. Metzger, "The End of Mass Communication," Mass Communication and Society, Vol. 4, Issue 4 (2001): 365-380.

(2) Rab Cover, "New media Theory: Electronic Games Democracy and Reconfirming, the, Author–Audience Relationship," Social Semiotic, Vol. 4, no. 2 (August 2004): 177-191.

(3) Ibid.

(4) Chaffee and Metzger, "The End of Mass Communication," 371.

- **المستوى الأول: البيئة التكنولوجية والاقتصادية** والعلاقة بين نظرية «دفع التكنولوجيا وجاذبية السوق» في النشأة وفي مرحلة الانتقال الرقمي من الصحافة الإلكترونية القائمة على أدوات تقليدية في نهاية التسعينات إلى صحافة إلكترونية-رقمية بأدوات جديدة وبداية تشكُّل هوية مهنية مختلفة، ما قاد إلى نهاية نماذج اقتصادية تقليدية وبداية تشكل نماذج اقتصادية جديدة[1].

- **المستوى الثاني: مصادر جديدة للقوة،** يرتبط بالأبعاد السياسية والأمنية والمجتمعية؛ هذه البيئة معنية بمفهوم القوة وكيف تغيَّر وما زال يتغير نتيجة الاستخدام الواسع للإعلام الرقمي ومنه الصحافة الإلكترونية، بمعنى نهاية أو تراجع مصادر تقليدية وبداية تشكُّل ونضوج وإحلال مصادر جديدة.

لقد عمل الإعلام التقليدي على السيطرة على التراتب الهرمي للسلطة وإعادة ترتيبه من جديد، أي المساهمة منذ عصر التنوير في خلق الإطار الإيكولوجي الذي عملت فيه الصحافة على الانتقال من سلطة الأفراد إلى سلطة النخب في سياق التحولات الديمقراطية التاريخية، أما الإعلام الرقمي فيعمل على تفتيت مركزية السلطة، ثم السيطرة على السرعة المميزة التي تجعل من لديهم معرفة يصلون قبل غيرهم ما يمكِّنهم من السيطرة[2]. إن الإعلام الرقمي الجديد يشكِّل في هذا الوقت انتقالة كبرى لا تقل أهمية أو تأثيرًا عن الانتقالة التي أحدثتها المطبعة. وأحد العوامل الأساسية في تشكيل القوة الجديدة في العالم تغيير بيئة العملية الاتصالية ما يقود إلى التغيير الأكثر خطورة من الهرمية العمودية إلى الخطة الأفقية في القوة، أي الشبكية، بمعنى الانتقال من قوة يصوغها الأرستقراطيون والطليعة والنخب والقبائل والأحزاب والقادة إلى قوة يُشكِّلها عامة الناس ولكل فرد منهم حصة يتأهل لها بقدرته على الوصول إلى المعلومات.

هذا الانتقال يقود من الحتمية إلى الاختيار ومن التلقي إلى المشاركة، ومن احتكار القوة إلى تجزئتها، لقد كانت قوة الناس موجودة ويُخشى منها في كل العصور وما كان ينقصها سوى التنظيم وهو ما تفعِّل جانبًا مهمًّا منه بيئة الاتصال والإعلام الجديد.

- **المستوى الثالث: مهن جديدة وتنظيم جديد،** لا يمكن فهم نشأة وتحولات الصحافة

---

(1) الصادق الحمامي، **الميديا الجديدة: الإبستمولوجيا والإشكاليات والسياقات،** (تونس، سلسلة البحوث والمنشورات الجامعية بمنوبة، 2012)، ص 28-29.

(2) Joseph S. Nye, The Future of Power (New York: The Perseus Books Group, 2010), 96.

الإلكترونية ومستقبلها القريب بدون فهم التحولات المهنية والتنظيمية في بيئة العمل الصحفي سواءً التحولات المرتبطة بالتطور المهني ومدى الاستجابة لمتطلبات الانتقال بالمهنية الصحفية إلى منظور جديد وأدوات جديدة وأدوات التنظيم الذاتي والأخلاقي التي احتاجت إلى استجابة من نوع آخر.

فالصحافة الإلكترونية ليست مجرد تكنولوجيا تطبيقية تتيح المجال بسهولة للوصول إلى المحتوى الصحفي، وتنزيل الصفحات، وسهولة البحث والوصول إلى الأخبار، وتحديث المحتوى، والتفاعل من خلال التعليقات وتوظيف الوسائط المتعددة، بل باتت هذه الأدوات تشكِّل بيئة جديدة للمهنة الصحفية عبر كتابة جديدة، وأساليب عرض وتلقٍّ جديدة، وطرق مختلفة للوصول إلى المعلومات ومعالجتها.

إن التأصيل المعرفي لفهم سياق الصحافة الإلكترونية يحتاج التمييز بين مفهوم (الوسيلة أو الوسيط) ومفهوم المنظومة متعددة الوسائط؛ الوسيلة أو الوسيط مفهوم يشير إلى عملية مركزية تشمل أنشطة اتصالية خارجة عن إرادة المستخدم أو المتلقي، أي عمليات خارجة عن تحكم المتلقي، هنا نفهم كيف تعمل الصحيفة باعتبارها وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات دون تدخل القرَّاء، أو التليفزيون والإذاعة، وهو أمر لا يعني أن هذا النقل يتم بحيادية تامة دون مؤثرات بيئية أخرى. أما المنظومة، فهي مجموعة من الوسائط المتعددة والمتداخلة والمتزامنة أيضًا، أي أكثر تعقيدًا وتتيح مجالًا أوسع للمشاركة والتفاعل المباشر وغير المباشر؛ والمثال على ذلك الموقع الإلكتروني فهو أكثر من مجرد وسيلة، إنه منظومة من الوسائط والوسائل التي تتيح لك أن تقرأ وأن تشاهد وأن تستمع وأن تتفاعل وتشارك وأن تختار في الوقت نفسه[1].

ويصنِّف الصادق حمامي ثلاث منظومات على الشبكة، هي: المنظومة (الفردية-الجمعية) مثل المدونات، وشبكات التواصل الاجتماعي، والبريد الإلكتروني، ومواقع الويكي، والمنظومة المؤسسية-مواقع المؤسسات العامة والخاصة والأهلية وغيرها من أشكال التنظيم المؤسسي، والمنظومة الإعلامية-الصحفية ومنها الصحافة الإلكترونية[2].

(1) الحمامي، **الميديا الجديدة**، مرجع سابق، ص 83.

(2) المرجع السابق، ص 84-88.

3. مراحل نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية العربية

توجد إشكالية في تعريف الصحافة الإلكترونية في السياق الثقافي والأكاديمي العربي؛ وهو إشكال له جذوره أيضًا في سياق الكتابات الغربية، والرأي الغالب أن الصحافة الإلكترونية تشمل الصحف الإلكترونية سواءً كان لها مثيل أو أصل مطبوع أو مرئي أو مسموع أو الصحافة الرقمية الخالصة التي انطلقت من حقيقة العالم الرقمي واستخدمت أدوات العالم الرقمي، حيث عرفت بدايات الصحافة الإلكترونية في العالم العربي ثلاثة أنماط أساسية؛ الأول: الانطلاق من الصحافة المطبوعة في نهاية عام 1995، والثاني: المواقع الإلكترونية الأقرب إلى البوابات الإعلامية في نهاية التسعينات، والثالث: الانطلاق من المواقع الإلكترونية الإخبارية مباشرة وعرفها العالم العربي منذ عام 2000.

مرَّت الصحافة الإلكترونية في العالم العربي بمراحل مشابهة لما شهدته جهات متعددة من العالم، ولكن ببطء وصعوبة في الانتقال، فما زال الإعلام العربي في المجمل يعاني من استمرار الأنماط التقنية التقليدية ومن سيطرة الأنماط التحريرية التقليدية ولم يكتمل فيه التحول الرقمي.

وفي المجمل، يمكن تقسيم مراحل نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية في العالم العربي إلى ثلاث مراحل أساسية:

أولًا: مرحلة النشأة المبكرة (1995 - 1999)

كانت بداية الصحافة الإلكترونية العربية في منتصف التسعينات امتدادًا للصحافة الورقية؛ إذ كان ناشرو الصحف الورقية هم المبادرين لإطلاق مواقع إلكترونية موازية للصحف المطبوعة تنقل النسخة الورقية على الشبكة الجديدة كما هي؛ ففي التاسع من سبتمبر/ أيلول 1995، ظهرت أول نسخة إلكترونية من الصحف العربية باللغة العربية وهي لصحيفة الشرق الأوسط على شكل صور، ثم تبعتها صحيفة النهار اللبنانية في الأول من يناير/ كانون الثاني 1996، ثم صحيفة الحياة بعد ستة أشهر من نفس العام[1].

على عكس ما شهدته الصحف الإلكترونية الأميركية والأوروبية من نمو سريع في التسعينات من القرن العشرين، فقد شهد العالم العربي نموًّا تدريجيًّا، فحتى نهاية التسعينات كان

(1) رضا عبد الواحد أمين، **الصحافة الإلكترونية**، (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007).

هناك نحو 60 صحيفة إلكترونية عربية تصدر بالعربية والإنجليزية والفرنسية. في عام 1995، ظهرت نسخة إلكترونية من صحيفة الخليج باللغة الإنجليزية في الإمارات، والشرق الأوسط السعودية الصادرة في لندن، وفي عام 1996، ظهرت 8 صحف عربية على الإنترنت هي (الأيام البحرينية والدستور الأردنية والاتحاد الإماراتية والأيام الفلسطينية والحياة اللندنية والسفير اللبنانية والجوردن تايمز والوطن الكويتية)، وفي عام 1997، دخلت 9 صحف جديدة عالم الإنترنت، وفي عام 1998، أضيفت 4 صحف جديدة، ويلاحظ أن منطقة دول الخليج احتلت المرتبة الأولى في بداية التحول الرقمي ثم لبنان والأردن ومصر[1].

بقيت الصحافة الإلكترونية العربية خلال هذه المرحلة مشابهة تمامًا للنسخ الورقية، نتيجة ضعف رؤية القائمين عليها لماهية هذا النمط من الصحافة وطبيعة التحول التاريخي الذي يشهده العالم؛ حيث لم يتغير المضمون الذي يُنشَر في النسخة الإلكترونية عن الأصل في الصحف الورقية ولا طريقة التحرير أو سرعة نشر الأخبار والمواد الصحفية حيث كانت المواقع الصحفية تحتاج إلى 24 ساعة ليتم تحديثها من جديد، كما هي الحال في طريقة الإخراج وعرض المحتوى فيما ذهبت بعض الصحف إلى عرض المحتوى على صيغة (PDF) أي صورة عن النسخة الأصلية.

ثانيًا: مرحلة الانتشار (2000 –2010)

لا شك أن هذه المرحلة تُعَدُّ امتدادًا للتطور الذي سبقها في مرحلة النشأة المبكرة، وفي المجمل هناك ثلاث ظواهر بارزة شهدتها هذه المرحلة: بدايات ظهور مواقع إخبارية إلكترونية مستقلة عن الصحافة الورقية ولا علاقة مؤسسية تربط بينهما، وظهور البوابات الإلكترونية العامة التي قدمت خدمات إخبارية وتوثيقية عكست شكلًا من أشكال الصحافة الإلكترونية. وأخيرًا، ازدهار التدوين الصحفي الذي مارسه بالدرجة الأولى صحفيون محترفون بشكل مستقل.

في بدايات هذه المرحلة بقيت الصحافة الإلكترونية العربية تعتمد في بثها للمادة الصحفية

(1) Fayez Alshehri, “Electronic Newspapers on the Internet: a study of the production and consumption of Arab dailies on the World Wide Web” (PhD, thesis, University of Sheffield, 2001).

على ثلاث تقنيات، هي: تقنية العرض كصورة (Image)، وتقنية النص (Text)، وتقنية (PDF). هذه التقنيات وإن اختلفت فيما بينها على مستوى عرض المادة وتخزينها ودرجات توفير المرونة في استرجاع المعلومات، فهي تلتقي في كونها تكتفي بتوفر النشر الإلكتروني على الإنترنت[1].

تم رصد أكثر من 350 صحيفة ومجلة ودورية عربية سنة 2000 وتضاعف هذا العدد في السنين القليلة التالية، وقد بدأ تأثير المدونات العربية منذ العام 2005 وازداد مع بدء حراك سياسي في المنطقة، وبداية ارتفاع الأصوات المطالبة بالتغيير والإصلاح، قبل انطلاق ما يُعرف بالثورات العربية. ولعب المدوِّنون دورًا بارزًا وشاركوا بقوة في الدفع نحو التغيير وزيادة الوعي السياسي والاجتماعي، خاصة بين الشباب. لقد شكَّل هذا النشاط شكلًا من الصحافة البديلة التي أسست الأنوية الأولية لمجال عام عربي جديد تدور فيه نقاشات جديدة، وسوف تكون هذه المقدمات الأسس الموضوعية لتحولات جوهرية في العقد التالي.

استطاع المدونون رفع هامش حرية التعبير عبر تسليط الضوء على قضايا سياسية واجتماعية كانت تُعدُّ سابقًا من «التابوهات»، كما استطاعوا دفع قطاع كبير من مستخدمي الإنترنت، معظمهم من الشباب، إلى التفاعل مع ما يطرحونه، وتشجيعهم على المشاركة الإيجابية. وتُمثِّل مصر أكبر تجمع للمدوَّنات ويُقَدَّر بثلث المدونات العربية، تليها السعودية، ثم الكويت، ثم المغرب[2].

شكَّل النصف الثاني من هذا العقد بداية انتشار الصحافة والمواقع الإخبارية الإلكترونية، حيث أخذت الصحف الإلكترونية تبلور سياساتها التحريرية بوضوح أكثر مع استمرار أنماط الكتابة التقليدية وتواضع في مهارات الكتابة للإنترنت أي الإرهاصات الأولى للمهنية والاحتراف، ولكنها لم تنضج بشكل واضح، وبقي العدد الأكبر من الصحف الإلكترونية مجرد مبادرات فردية.

لقد تزامنت هذه المرحلة مع ظهور الجيل الثاني من شبكة الإنترنت، الذي وفر المزيد من الأدوات للتفاعلية من خلال الصحافة الإلكترونية، إلى جانب ظهور مواقع التواصل

---

(1) سعد ولد جاب الله، **الهوية الثقافية العربية من خلال الصحف الإلكترونية**، (الجزائر، جامعة الجزائر، 2006)، ص 89-98.

(2) آمنة نبيح، «ماهية الصحافة الإلكترونية وعوامل تطورها»، **شبكة ضياء**، 4 يناير/ كانون الثاني 2012، (تاريخ الدخول: 1 سبتمبر/ أيلول 2018)، https://bit.ly/2OtSgDx.

الاجتماعي التي سوف تغير من سلوك المستخدمين وطرق التعامل والتفاعل مع المصادر الإخبارية؛ الأمر الذي زاد من جاذبية الصحافة الإلكترونية أحيانًا ودخولها في تحديات جديدة في أحيانٍ أخرى، وعلى كل الأحوال شهدت هذه المرحلة المزيد من حضور الصحافة الإلكترونية في العالم العربي واشتباكها مع قضايا الرأي العام.

في الحالة المغربية، أسهمت عدة ظواهر في إقناع المواطنين بأن الأخبار الواردة في الإنترنت أصبحت ذات مصداقية، حسب ما ورد في (الكتاب الأبيض لتأهيل الصحافة الإلكترونية في المغرب)، وأبرز هذه الظواهر حركة الصحفيين المهنيين المشتغلين سابقًا في الصحافة الورقية والذين انخرطوا في الصحافة الإلكترونية بإنشاء مواقعهم الخاصة. فقد أحس بعضهم أن مستقبل الصحافة المكتوبة سيُحسم في عصر الإنترنت، وسيكون من السهل عليهم إنشاء مشاريعهم الإعلامية الخاصة دون استثمار مالي كبير. إلى جانب اعتقاد بعض الصحفيين المحترفين بأن الصحافة الإلكترونية سوف تمنحهم هامشًا تحريريًّا أوسع. وأسهم الحضور المتنامي لصحفيين أو ملاك صحف ورقية سابقين في إضفاء مزيد من الحضور والمهنية على الأخبار وأخبار الوسائل الرقمية، تزامن هذا التطور مع تحولات اجتماعية وسياسية عابرة للحدود أخذت تشهدها مجتمعات عربية مجاورة منذ أواخر عام 2010 حيث حظي الربيع العربي بالمتابعة الواسعة من قبل الصحافة الإلكترونية[1].

في الحالة الأردنية أسهم خروج الكثير من الصحف الإلكترونية من رحم الصحف الأسبوعية في إضفاء نوع من الشعور العام وسط الجمهور بأن المواقع الإخبارية الإلكترونية تتمتع بهامش أوسع من الحرية، وأنها باتت تشكِّل ساحة متقدمة للمساءلة ومتابعة الأداء العام، وحتى وقت قريب من تحولات الربيع العربي كانت الصحافة الإلكترونية في الأردن غير خاضعة لأحكام قانون المطبوعات والنشر الذي عاد لاحقًا وقيدها، لذا، استطاعت الصحافة الإلكترونية في هذه المرحلة الاستثمار المهني والسياسي في ميزة التفاعلية حيث شكَّلت ساحة متعددة المنابر للحوار من خلال التعليقات التي طالما أسهمت في مساءلة السياسات العامة والمسؤولين[2].

---

(1) وزارة الاتصال (المملكة المغربية)، **الكتاب الأبيض لتأهيل الصحافة الإلكترونية المغربية: تحديات وتوصيات**، (الرباط، 2013).

(2) UNESCO, "Assessment of Media Development in Jordan, Based on UNESCO's Media Development Indicators," (2015), "accessed September 1, 2018". https://bit.

ثالثًا: مرحلة التـأثير والتنافس (2011– الوقت الحاضر)

شهدت السنوات الأخيرة، عشية ثورات الربيع العربي، زرع بذور مرحلة جديدة في تطور الصحافة الإلكترونية العربية جاءت نتائجها في انبثاق دور أكبر وحضور أوسع للصحافة الإلكترونية في الحياة العامة ومساهمة كبيرة في بداية تشكُّل مجال عام جديد في العالم العربي مع الثورات والتحولات العربية في عام 2011، وتُرصَد أبرز مظاهر التحولات التي شهدتها هذه المرحلة بما يلي:

1. التوسع الكمي الكبير في الصحف الإلكترونية: لقد شهدت سنوات العقد الراهن تزايدًا كبيرًا في أعداد الصحف الإلكترونية؛ فقد اكتمل وجود نسخة إلكترونية لمعظم الصحف اليومية والأسبوعية وبات يندر وجود وسيلة إعلامية بدون وجود موقع إلكتروني يقدم خدمات إخبارية أو خدمات رقمية توفر المحتوى الذي تقدمه الوسيلة الإعلامية.

التطور المهم هو التوسع الكمي الكبير في أعداد الصحف الإلكترونية غير المنتمية لوسائل الإعلام التقليدية وأصبح في كل بلد مئات الصحف من هذا النوع وبلغ عدد هذه الصحف في الأردن في عام 2011 نحو 400 موقع إلكتروني إخباري وتراجع إلى نحو 175 موقعًا بعد تعديلات على قانون المطبوعات والنشر الذي أعاد تعريف المطبوعة الصحفية لتشمل الصحف الإلكترونية وبالتالي تطلب منها الحصول على الترخيص الرسمي[1]. وفي المغرب، تنامى عدد الصحف الإلكترونية ووصل في عام 2012 إلى نحو 500 صحيفة إلكترونية[2].

عشية اندلاع أولى شرارة الربيع العربي كانت تونس تتمتع بأفضل بنية تحتية في التكنولوجيا الرقمية في إفريقيا، وتجاوزت نسبة انتشار الهواتف المتنقلة 127 ٪ بينما الوصول إلى الإنترنت 36 ٪[3]. وعلى الرغم من البنية التكنولوجية المتقدمة، فقد تعرضت الصحافة الإلكترونية

---

ly/2fCrwUa.

(1) UNESCO, “Assessment of Media Development in Jordan, Based on UNESCO’s Media Development Indicators,” (2015), “accessed September 1, 2018”. https://bit.ly/2RCz2O3.

(2) وزارة الاتصال (المملكة المغربية)، **الكتاب الأبيض لتأهيل الصحافة الإلكترونية المغربية**، مرجع سابق.

(3) UNESCO, “Assessment of Media Development in Tunisia, Based on UNESCO’s Media Development Indicators,” (2012, 2013), “accessed September 1, 2018”. https://bit.

في عهد ما قبل الثورة للقمع والتضييق والملاحقة، وتضاعفت أعداد الصحف الإلكترونية أضعافًا وأصبحت بالمئات ولا يمكن تحديد إحصاء لها حسب تقرير الهيئة العليا لإصلاح الإعلام 2012. تكرر هذا الأمر بسيناريوهات مختلفة في التطور الكمي للصحافة الإلكترونية في مصر حيث شهدت تضاعفًا كميًّا كبيرًا لأعداد الصحف وتنوعها مع تزايد عمليات الحجب.

كما أسهمت الأحداث الداخلية في نموذجي المغرب والأردن فيما بعد عام 2011 في توسيع قاعدة جمهور الصحافة الإلكترونية وتعزيز مكانتها، في المغرب، (حظيت نشاطات حركة 20 فبراير، ومختلف المحطات السياسية المهمة التي تلت بروز الحركة كالخطاب الملكي لـ9 مارس/ آذار 2011، ودستور 2011 وانتخابات 25 نوفمبر/ تشرين الثاني وتشكيل الحكومة الجديدة، بتغطية إعلامية واسعة). وقد أسهمت سرعة المواقع الإخبارية الإلكترونية وتبنيها منطق القرب (ثقافة الويب 2.0)، في توسيع الهوة التي تفصلها نسبيًّا عن الصحافة الورقية والإعلام السمعي البصري العمومي، وربحت الرهان باعتبارها وسائل الإعلام تجسد منطق القرب ومواكبة للمستجدات بشكل أسرع. في الأردن، تابع العديد من المواقع الإخبارية الإلكترونية حالة الحراك الشعبي الأردني (2011– 2013) في الوقت الذي كانت وسائل الإعلام التقليدي تتجنب بشكل أو آخر متابعة هذه التطورات ولم تستطع تطوير آلية للتعامل الإعلامي معها، في حين أسهمت الصحافة الإلكترونية من خلال السرعة وقوة التفاعلية في إثراء الحراك الشعبي بزخم جديد ما جعل البيئة السياسية والاجتماعية المحلية أداة لدعم هذه الصحافة لتحتل مكانة مركزية باعتبارها مصدرًا أساسيًّا لحصول الجمهور على الأخبار[1].

2. التطور المهني، شهدت الصحافة الإلكترونية العربية ظهور صحف جديدة أكثر مهنية وأكثر قربًا للمعايير الجديدة للاحتراف الصحفي الرقمي التي باتت تنضج على المستوى العالمي، مع استمرار الضعف المهني طابعًا عامًّا.

الجيل الجديد من هذه الصحف جاء أكثر قدرة على التمييز بين المحتوى الإعلامي التقليدي والمحتوى الصحفي للإعلام الرقمي، ولديه قدرة على الاستفادة من الأدوات الرقمية الجديدة في عرض المحتوى وفي الوصول إلى الجمهور، وفي التعامل المهني مع المحتوى الذي ينتجه

ly/2qwdU0p.

(1) وزارة الاتصال (المملكة المغربية)، **الكتاب الأبيض لتأهيل الصحافة الإلكترونية المغربية**، مرجع سابق.

الجمهور.

وبرزت صحف ومجلات إلكترونية استوعبت جانبًا من التطور المهني وفهم طبيعة المحتوى الجديد وأدواته، وقد لا يتفق التطور المهني مع مؤشرات الشعبية وعدد متابعي هذه الصحف. وفي هذا المجال وعلى سبيل المثال برز حضور موقع مدى مصر، ورصيف 22 ولبنان ديبايت في لبنان، وحبر في الأردن، وإيلاف السعودي من لندن، واليوم 24 المغرب.

3. ازدياد حصة الصحافة الإلكترونية من سوق الإعلان الإعلامية التي لم تكن تكاد تُذكَر قبل عام 2010، مع استمرار تدني هذه الحصة بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية من جهة، ومع منصات الإعلام الرقمي الأخرى من جهة ثانية، وتحديدًا في ضوء ما باتت تستقطبه شبكات التواصل الاجتماعي من حصة الإعلان. في عام 2017، نما سوق الإعلانات الرقمية عالميًّا بنحو 17 ٪ وبات يتجاوز التليفزيون، لكن أغلب هذه الإعلانات تذهب إلى شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها فيسبوك، بينما تذهب نسب قليلة للصحافة الإلكترونية، وأصبحت الإعلانات في العالم الرقمي تستخدم البرمجيات وخوارزميات الذكاء الصناعي لحجز الإعلانات الرقمية آليًّا، بدلًا من العملية التقليدية التي تقوم على طلبات تقديم العروض، والمفاوضات البشرية، وأوامر الإدراج اليدوي، الأمر الذي يجعل النموذج الاقتصادي للصحف الإلكترونية مفتوحًا على خيارات متناقضة بين الشعبوية والمهنية.

4. على الرغم من المكتسبات التي حققها التنظيم الرسمي للإعلام في العالم العربي، في أجواء ثورات الربيع العربي، إلا أن المرحلة الثانية من هذه التحولات قد شهدت انتكاسات في أكثر من بلد عربي من خلال تشريع القواعد القانونية ذات الطابع الزجري التعسفي، والتي نالت بشكل مباشر الصحافة الإلكترونية والإعلام الرقمي بشكل عام، حدث ذلك في مصر والأردن وتونس واستثمرت الأنظمة السياسية ضعف مهنية الإعلام الإلكتروني وحالة الإرباك في المحتوى الذي يُقدَّم على شبكة الإنترنت وانتشار خطاب الكراهية والأخبار الكاذبة لفرض المزيد من القيود تحديدًا على الصحافة الإلكترونية.

لقد قادت التحولات السابقة إلى زيادة حضور الصحافة الإلكترونية في المشهد الإعلامي العربي وزاد الاعتماد عليها كمصدر رئيس للأخبار، وقد بدا ذلك واضحًا في الأحداث والتحولات العربية التي شهدت سنوات هذه المرحلة، هذه البيئة وفرت لأول مرة فرصًا لتشكل الأنوية الأولى لظهور صحف إلكترونية منافسة على المستوى الوطني لوسائل الإعلام

التقليدية، حيث بيَّنت دراسة أُجريت على الشباب الأردني في عام 2016 أن 92.2 ٪ منهم يتابعون الصحف الإلكترونية؛ ما يعني أن الصحافة الإلكترونية باتت معروفة لجمهور القراء وفئة الشباب خاصة ومصدرًا رئيسًا للأخبار، ولديها القدرة على استقطاب هذه الشريحة من الجمهور[1].

4. البيئة السياسية والإعلامية: تحدي صناعة الأخبار الجديدة

في منتصف التسعينات من القرن العشرين الماضي، كان العالم العربي يشهد تناقضًا جوهريًّا بين حجم الاختراقات والاختلالات الأمنية والسياسية التي خلَّفتها حرب الخليج الثانية وبدايات مشروع التسوية السياسية للصراع في الشرق الأوسط وفق مسار مدريد، مقابل التغيير الثقافي والاجتماعي الذي باتت تشهده المجتمعات العربية والمتمثل بازدياد نسب التعليم واتساع حجم الطبقة الوسطى مقارنة بالعقود السابقة.

إن العطب الذي أصاب نظرية الأمن القومي العربي بعد احتلال الكويت من قبل العراق وما لحق ذلك من استدعاء لقوات أجنبية للمنطقة والذي ألقى بظلاله على مدى أكثر من عقد قد صاحبه أيضًا تحولات بفعل التكنولوجيا والعولمة الاتصالية التي جعلت المجتمعات العربية تكتشف أن الحدود السياسية مجرد حدود شفافة ولا تقف حائلًا أمام المعلومات والأخبار والأفكار والمعتقدات.

برزت متغيرات جديدة في البيئة السياسية العربية وتهديدات وصفت بأنها فوق تقليدية في حقبة التسعينات وفي العقد التالي، وعلى ثلاثة مستويات كما تبدو في العلاقات البينية العربية-العربية، ثم مسار التسوية السياسية في الشرق الأوسط، حيث ساد انقسام كبير وإعادة تمحور عربي-دولي في ضوء تداعيات حرب الخليج الثانية، ما أوصل العمل العربي المشترك إلى واحدة من أضعف حالاته؛ الأمر الذي امتد إلى الانقسام في الرأي العام العربي في هذه الأجواء.

ومع دخول العالم والمنطقة في حيز «الحرب على الإرهاب» أخذت تتشكَّل خارطة تهديدات مختلفة سواءً على مستوى الدولة أو على مستوى الأمن الإقليمي؛ وبدأ التغيير يتشكل على مستويين؛ الأول: علاقات الداخل العربي، حيث التهديد لم يعد يأتي من الخارج بل أيضًا من

---

(1) طارق زياد الناصر، حاتم سليم العلاونة، «الصحافة الإلكترونية المتخصصة ودورها في تشكيل معارف الشباب الجامعي الأردني»، **دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية**، (جامعة الأردن، عمَّان، المجلد 43، العدد 2، 2016).

الداخل، إلى جانب بداية ازدياد الإدراك لمصادر تهديد إقليمية أخرى وعلى رأسها التهديد الإيراني.

وعلى مدى نحو عشرين عامًا كانت التحولات نحو الديمقراطية والمشاركة السياسية في حركة دائبة في العديد من المجتمعات العربية، وعلى الرغم من الإنجازات التي تحققت سواء في إجراء انتخابات منتظمة أو التشريع للأحزاب وتوسع المجتمع المدني وحتى في التخلص من نظم شمولية في أكثر من بلد عربي، إلا أن حصاد التحولات الديمقراطية في العالم بقي محدودًا. عشية بداية التحول الرقمي كان الإعلام العربي ما زال قائمًا على نموذج إرسال المعلومات باتجاه واحد، وعلى مركزية الإعلام الرسمي المسيطر عليه من قبل الحكومات، فالنظام الإعلامي نسق فرعي مثله مثل الأنساق المجتمعية الأخرى بينما يمثِّل النظام السياسي النسق الرئيسي في الدولة أو الكيان السياسي الذي يجمع هذه الأنساق الأخرى.

لقد شهد العديد من الدول العربية أنماطًا متباينة من الانفتاح السياسي وبداية التحولات الديمقراطية شبه المقيدة التي اعتمدت على الانتخابات البرلمانية ووجود الأحزاب السياسية ولم تصل إلى مستوى التداول السلمي للسلطة وبمستويات متفاوتة (المغرب، تونس، موريتانيا، الأردن، مصر، لبنان، العراق)، في هذا الوقت بدأت ملامح تحول بطيء في النسق الإعلامي في دول الانتقال المبكر.

ولقد لاحظ وليام روو (William Rugh) في كتابه الثاني «وسائل الإعلام العربية»، الذي أرَّخ فيه لتطور وسائل الإعلام مع بداية الألفية الجديدة؛ حيث أبقى على تصنيفاته التقليدية التي أوردها في دراسته الأولى في نهاية السبعينات للإعلام العربي «الإعلام الموالي والإعلام التعبوي والإعلام المتنوع»، وأضاف الإعلام الانتقالي (Transitional) فهو إعلام مختلط يسمح بتنوع ملكية الإعلام ويُبقي على سيطرة حكومية هي الأقوى في المشهد الإعلامي، بينما يتيح هامشًا من حرية التعبير وتعدد وسائل الإعلام وتنوعها؛ حيث ينتقل تصنيف مصر من إعلام التعبئة والحشد إلى إعلام انتقالي والإعلام الأردني من إعلام الموالاة إلى الإعلام الانتقالي[1].

في المحصلة، اتسمت هذه المرحلة باتساع مجال التعددية الإعلامية التي جاءت استجابة

---

(1) William A. Rugh, Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics (London: Praeger, 2004), 127-132.

لتحولات سياسية أو تحت ضغوط سياسية، إلى جانب ازدياد الاستثمار السياسي في وسائل الإعلام الذي عكسه التوسع في القنوات التليفزيونية الفضائية، ويذهب عصام موسى إلى ثلاثة أمور رئيسية أسهمت في نمو هذه التعددية؛ هي: أولًا: ضغوط العولمة والتحولات العالمية التي صاحبت التحول في النظام الدولي. ثانيًا: ضغوط الثورة الرقمية، ونهاية الرهانات التقليدية بالسيطرة على الإعلام. ثالثًا: ضغوط المنظمات الدولية وفي مقدمتها اليونسكو[1].

اعترف الدستور المصري في 2013 لأول مرة بالصحافة الإلكترونية؛ إذ أقر إضافة الصحافة الإلكترونية في المادة 70 من الدستور، حيث فرقت بين ثلاث مهن، هي: الصحافة، والإعلام المرئي والمسموع، والصحافة الإلكترونية. وأشار الدستور التونسي إشارة عابرة للصحافة والحرية الإلكترونية واكتفى بالإشارة إلى تطبيق ما يَحْكُمُ الإعلام الورقي على الإعلام الإلكتروني بشكل غير صريح وواضح[2].

وتضمن قانون الإعلام الجزائري، 2012، إشارات محدودة للصحافة الإلكترونية، ووردت الصحافة الإلكترونية في هذا القانون في مواد الباب الخامس، لكن بدون تفاصيل.

واشتمل قانون الصحافة والنشر المغربي الأخير، 2016، ضمانات جديدة لحرية الصحافة وتحقيق الاعتراف القانوني بحرية الصحافة الإلكترونية، وتقوية ضمانات المحاكمة العادلة في قضايا النشر وجعل الاختصاص المتعلق بحجز الصحف أو حجب المواقع الإخبارية الإلكترونية اختصاصًا قضائيًّا، مع إرساء إصلاح شامل وعميق لمنظومة القذف، بما يمكِّن من احترام الحياة الخاصة، وحقوق الأفراد والمجتمع.

لكنه جاء بقيود جديدة حينما ساوى بين الصحافة المطبوعة والإلكترونية في شروط الترخيص. وفي الأردن نالت التعديلات التي جرت على قانون المطبوعات والنشر لعام 2012 إعادة تعريف المطبوعة الصحفية لتشمل الصحف الإلكترونية ما أخضعها إلى الترخيص والتسجيل الرسمي، أما قانون الإعلام الكويتي فقد ساوى بين الإعلام الإلكتروني والإعلام المطبوع حين جعل المحظور واحدًا في الحالتين رغم الاختلاف الكبير بينهما، من حيث طرق تناول المواضيع وصياغتها.

---

(1) عصام الموسى، **الإعلام العربي الرقمي والتحديات الراهنة**، (عمَّان، منشورات نقابة الصحفيين الأردنيين، 2014).

(2) علي كريمي، «التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية: سياقاته وأهدافه»، **مركز الجزيرة للدراسات**، 15 مايو/أيار 2016، (تاريخ الدخول: 1 سبتمبر/أيلول 2018)، https://bit.ly/2IWl9qU.

جدول يوضح واقع حرية الإنترنت في العالم العربي (2011 – 2017)

الدولة	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الأردن	حرة جزئيًّا 42	حرة جزئيًّا 45	حرة جزئيًّا 46	حرة جزئيًّا 48	حرة جزئيًّا 50	حرة جزئيًّا 51	حرة جزئيًّا 53
الإمارات	ليست مشمولة	ليست مشمولة	غير حرة 66	غير حرة 67	غير حرة 68	غير حرة 68	غير حرة 69
البحرين	غير حرة 62	غير حرة 71	غير حرة 72	غير حرة 74	غير حرة 72	غير حرة 71	غير حرة 72
تونس	غير حرة 81	حرة جزئيًّا 46	حرة جزئيًّا 41	حرة جزئيًّا 39	حرة جزئيًّا 38	حرة جزئيًّا 38	حرة جزئيًّا 38
السعودية	غير حرة 70	غير حرة 71	غير حرة 70	غير حرة 73	غير حرة 73	غير حرة 72	غير حرة 72
السودان	ليست مشمولة	ليست مشمولة	غير حرة 63	غير حرة 65	غير حرة 65	غير حرة 64	غير حرة 64
سوريا	ليست مشمولة	غير حرة 83	غير حرة 85	غير حرة 88	غير حرة 87	غير حرة 87	غير حرة 86
لبنان	ليست مشمولة	ليست مشمولة	حرة جزئيًّا 45	حرة جزئيًّا 47	حرة جزئيًّا 45	حرة جزئيًّا 45	حرة جزئيًّا 46
ليبيا	ليست مشمولة	حرة جزئيًّا 43	حرة جزئيًّا 45	حرة جزئيًّا 48	حرة جزئيًّا 54	حرة جزئيًّا 58	حرة جزئيًّا 54
مصر	حرة جزئيًّا 54	حرة جزئيًّا 59	حرة جزئيًّا 60	حرة جزئيًّا 60	غير حرة 61	غير حرة 63	غير حرة 68
المغرب	ليست مشمولة	ليست مشمولة	حرة جزئيًّا 42	حرة جزئيًّا 44	حرة جزئيًّا 43	حرة جزئيًّا 44	حرة جزئيًّا 45

* جدول تجميعي أعده الباحث– المصدر : https://freedomhouse.org

1.4. البيئة المهنية: تحدي تطوير المحتوى

تُعَدُّ مشكلة جودة المحتوى الصحفي على الإنترنت مشكلة عالمية وترتبط بالتحولات التكنولوجية والتي غيرت طبيعة العملية الاتصالية والإعلامية. يبدو أن الأمر في المحتوى العربي أكثر تعقيدًا؛ حيث يمتد الأمر إلى مشكلات أخرى في ممارسة الصحافة وجمع الأخبار ومعالجتها في وسائل الإعلام التقليدية إلى جانب ضعف القدرات في استخدام أدوات الإعلام الرقمي وفي المهارات الجديدة التي يتطلبها إنتاج المحتوى الملائم للوسائل الجديدة.

لقد اتسمت مضامين الصحافة الإلكترونية في مراحلها الأولى بأنها امتداد للصحافة الورقية، سواءً في النسخ الإلكترونية للصحف الورقية أو في المواقع الإخبارية الإلكترونية، وفي هذه المراحل لم يكن ناشرو الصحف الإلكترونية يهتمون كثيرًا بجودة المحتوى على قدر اهتمامهم بالجوانب التقنية[1].

ومع التطور الذي نال المحتوى الإعلامي للصحف الإلكترونية في السنوات الأخيرة إلا أن أبرز التحديات تبدو في مستوى مهنية وجودة هذه الصحف والمحتوى الذي تقدمه. تحتل قضية المهنية الإعلامية مكانة بارزة في المنافسة الإعلامية المعاصرة، وفي قدرة المؤسسات الإعلامية على الاستمرار[2]. ويرتبط تطور الأداء المهني الإعلامي بثلاث حلقات أساسية، هي: التنظيم المهني النقابي، ثم التنظيم الذاتي من خلال تطوير منظومات قواعد السلوك المهني والمبادئ الأخلاقية، ثم التأهيل والتعليم والتدريب[3].

مع ميلاد أنماط الإعلام الجديد، وازدياد قوة الإعلام مقابل ازدياد التركيز والاحتكار والتأثير يزداد الشعور بأن مهنية وسائل الإعلام في حالة تراجع ما يقود نحو المزيد من الاهتمام بالتدريب الإعلامي ومراجعة المضامين والأساليب التي تنتقل فيها المعرفة والمهارات[4].

---

(1) Alshehri, "Electronic Newspapers on the Internet," 17.

(2) Denis McQuail, Media performance: mass communication and public interest (London: SAGE Publications, 1992).

(3) William Solan and Lisa Parcel, American Journalism: history, principles, practices (North Carolina: Mcfavland Company, Inc. Publishers, 2002).

(4) Meryl Aldridge and Julia Evetts, "Rethinking the concept of professionalism, the case of journalism," British journal of sociology, Vol. 54, no. 4, (2003): 547-567.

وبالعودة إلى مصادر المهنية في الصحافة الإلكترونية العربية على مستوى التنظيم، يُلاحَظ أن الكثير من نقابات الصحفيين في البلدان العربية لا تزال تتخذ مواقف مرتابة من الصحافة الإلكترونية والصحفيين العاملين فيها، لقد حدثت خطوات تشريعية محدودة في كل من مصر الأردن وتونس والمغرب على سبيل المثال في استيعاب الصحافيين الإلكترونيين في عضوية النقابات ضمن شروط وقيود متعددة.

إلا أن هذه الحالة زادت من تعقيد الحالة المهنية ما فتح الباب على مصراعيه لدخول الهواة وشبه الهواة لميدان الصحافة الإلكترونية وضعف القدرة على التمييز بين الصحفي الإلكتروني والصحفي المواطن.

شهدت السنوات الأخيرة بداية تشكُّل بعض أطر التنظيم الذاتي على الرغم من استمرار الطابع العام للفوضى التنظيمية، وظهرت هذه الأطر على شكل نقابات وجمعيات وروابط تنظِّم عمل العاملين في قطاع الصحافة الإلكترونية، كما ظهرت أشكال من مدونات أخلاقية ومهنية تنظيمية في عدد من البلدان، مثل نقابة الصحافة الإلكترونية في مصر، وجمعية الصحافة الإلكترونية الأردنية، والنقابة الوطنية للصحافة الإلكترونية المغربية، وجمعية الصحافة الإلكترونية الكويتية.

لا تزال نظم تعليم الصحافة والإعلام في معظم الجامعات والمعاهد العربية غير مستوعبة لمفاهيم الإعلام الجديد وتطبيقاته وما يحتاجه من مهارات جديدة ولم يتم إصلاح المناهج التعليمية في هذا المجال، فقد بيَّنت دراسة مسحية عام 2017، شملت مسح 439 برنامجًا تعليميًّا في مجالات الاتصال والإعلام والصحافة تطرحها 120 جامعة ومؤسسة تعليمية في 9 دول عربية، وجودَ فجوة في تطوير معايير جودة التعليم الصحفي وتحديدًا في استيعاب التكنولوجيا الجديدة، ويبدو ذلك في أن هناك 26 برنامجًا تعليميًّا تدرس مواد تعليمية في الصحافة الإلكترونية أو الإعلام الرقمي أي بنسبة 7.6 ٪ من البرامج المشمولة في الدراسة في حين لم تتوصل الدراسة إلى أي برنامج تعليمي يطرح مواد في مجال صحافة البيانات في حين تعاني المؤسسات التعليمية من ندرة الأكاديميين المتخصصين في الإعلام الرقمي، علاوةً على أن معظم هذه المؤسسات تركز على الجوانب النظرية في تعليم الصحافة والإعلام على حساب الجانب التطبيقي[1].

(1) Basim Tweissi, "Assessment of Media Education in the Southern Mediterranean Region," (UNESCO Amman Office, 2015).

وعلى الرغم من انتشار التدريب الإعلامي في معظم الدول العربية، إلا أن التدريب الإعلامي بشكل عام والتدريب المتخصص في مجال الإعلام الرقمي والصحافة الإلكترونية يواجه مشكلات متعددة أبرزها تدني جودة هذا التدريب وتشابه البرامج المطروحة وتكرارها وندرة وجود خبراء ومدربين يملكون قدرات فعلية في مجالات متخصصة في نقل المعارف والمهارات الرقمية، كما أن أثر التدريب ما زال متدنيًا عمليًّا داخل المؤسسات الإعلامية؛ فالاهتمام ضعيف من قبل المسؤولين الإعلاميين باستخدام التدريب أداةً لتحسين الأداء الإعلامي، يبدو ذلك في أن المؤسسات لا توفر نظام حوافز فعالًا للإعلاميين[1].

2.4. البيئة التكنولوجية: تحدي جاذبية الوسائل وإغراق السوق

تُعَدُّ البيئة الرقمية هي الأساس المادي لتطور الصحافة الإلكترونية وازدهارها، فهذه المنظومة من الوسائط قامت على أساس التحولات التكنولوجية الكبيرة التي وفرت التفاعل متعدد الوظائف، وتقوم البيئة التكنولوجية على أساس توفير إمكانية وصول المجتمع لشبكة الإنترنت بالدرجة الأولى، وعلى مدى توفر محتوى إعلامي رقمي ملائم للوسيلة الجديدة.

كان عدد سكان العالم العربي في عام 1995 نحو 260 مليونًا، فيما كان انتشار الإنترنت محدودًا جدًّا، وكان مستخدمو الإنترنت في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في ذلك العام نحو 0.55/ 1000 مواطن، بينما كان المعدل العالمي 7.7/ 1000 لكل مواطن. وفي عام 1998، ارتفع انتشار الإنترنت في الشرق الأوسط وإفريقيا إلى 3.3/ 1000 مواطن، بينما وصل المعدل العالمي 30.6/ 1000. وفي عام 2000، وصل انتشار الإنترنت في العالم العربي نحو 1 ٪، وبينما كان المعدل العالمي للانتشار نحو 5.7 ٪[2].

واعتبارًا من هذا الوقت أخذ يتنامى بشكل سريع وصول المواطنين العرب إلى الإنترنت وخاصة في دول الخليج، حيث سمحت السعودية في عام 1999 بالوصول إلى الإنترنت لأول مرة.

لقد اتسمت هذه المرحلة بضعف خدمات الإنترنت في المنطقة العربية بشكل عام وخدمات النشر الرقمي بشكل خاص، ما أثَّر بشكل مباشر على تقدم الصحافة الإلكترونية وانتشارها وعلى الخيارات التي تقدمها للمستخدمين، وأبرز التحديات التكنولوجية التي واجهتها

(1) نسيم الطويسي، باسم الطويسي، «جودة التدريب الإعلامي في الأردن»، **المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية** (جامعة الأردن، الأردن، 2015)، ص 2071 – 2798.

(2) UNESCO, Year book, (1996).

الصحافة الإلكترونية في بداياتها تتمثل في الدعم الفني للحرف العربي، فهذا أول تحدٍّ واجه الصحافة الإلكترونية؛ حيث إن الحرف العربي ومدى ملاءمته للتكنولوجيا ودعمه من برامج التصميم والنشر بقي لفترة ليست قصيرة أهم العوائق التقنية التي حالت دون تطور مواقع الصحافة الإلكترونية العربية.

في البداية، كانت معظم تطبيقات الإنترنت والبرمجيات المبكرة وأنظمة التشغيل لا تتعرف على النص العربي لذا لجأت الصحافة الإلكترونية إلى خيارات محدودة أهمها الاعتماد على الماسحات الضوئية لنقل النسخة الورقية والاعتماد على صيغة (PDF). ومن التحديات التكنولوجية ضعف خدمات الأرشفة، وحسب إحدى الدراسات[1]، فإن 79 ٪ من الصحف الإلكترونية في عام 1997 وفرت أرشيفًا لمدة يوم إلى يومين فقط، لقد كانت معظم المشاكل التي تواجهها الصحافة الإلكترونية في هذه المرحلة تذهب إلى الجوانب التقنية (تنزيل الموقع، انقطاع خط الاتصال، البطء في تحميل المواد). في المقابل نجد أن 8 ٪ من رؤساء تحرير الصحف الإلكترونية في الدراسة السابقة تحدثوا عن مشاكل ترتبط بتطوير المحتوى وأساليب عرضه أو مستوى الحرية في الصحافة الإلكترونية[2].

ومنذ عام 2000 إلى عام 2007، شهد استخدام الإنترنت في العالم العربي قفزة كبيرة بالتزامن مع دخول الجيل الثاني من الإنترنت 0.2، حيث وصل مستخدمو الإنترنت إلى 11 ٪ من سكان العالم العربي، أما نسبة الاستخدام للإنترنت بمختلف أشكالها من سكان قطر في تلك السنة فقد وصلت إلى 26.6 ٪، وفي الكويت 25.6 ٪، ولبنان 15.8 ٪، والمغرب 15.1 ٪، والأردن 11.7 ٪، وتونس 9.2 ٪، ومصر 6.9 ٪، والجزائر 5.7 ٪، وسوريا 5.6 ٪، وليبيا 3.3 ٪، والعراق 0.1 ٪[3].

في هذه المرحلة، شكَّل مستخدمو الإنترنت في منطقة الخليج العربي 60 ٪ من مستخدمي الإنترنت في العالم العربي، حيث شهدت هذه الدول تطورًا واضحًا في البنية التحتية للإنترنت

(1) UNESCO, "Information and communication technologies in Development: UNESCO Perspective," A report prepared for the working, (Group of the United Nations Commission on Science and Technology for Development, 1996).

(2) Alshehri, "Electronic Newspapers on the Internet".

(3) خلدون غسان سعيد، «تطور الإنترنت في العالم العربي، البلدان العربية تجاهد لردم الهوة الرقمية مع الدول الرقمية»، **الشرق الأوسط**، 26 يونيو/ حزيران 2007.

وانخفاضًا في كلف شراء أجهزة الحاسوب والاشتراك في الشبكة. وعلى الرغم من التقدم الكبير الذي حققه العالم العربي إلا أن هذه الخطوات لم تكن كافية لسد الفجوة الرقمية، ولم ينعكس هذا التطور في مجال تطور المحتوى الإخباري والصحف للإنترنت ولا في اهتمام المجتمعات العربية بالصحافة الإلكترونية وتحولها إلى مصدر رئيس للأخبار، في عام 2007، توصلت الدراسات إلى أن 45 ٪ من مستخدمي الإنترنت لم يزوروا مواقع الأخبار، و20 ٪ يتصفحون هذه المواقع مرة كل أسبوع[1].

ومع هذا، استفادت الصحافة الإلكترونية العربية من التطبيقات الجديدة التي أتاحها الجيل الثاني من الإنترنت ودخلت مرحلة جديدة من التفاعلية وباتت تتخلص تدريجيًّا من بعض المشاكل التقنية التقليدية.

بعد مرور عقد، وفي نهاية عام 2017، ما زال انتشار الإنترنت والبنية التحتية الرقمية للصحافة الإلكترونية أقل من المعدل العالمي، حيث وصلت نسبة انتشار الإنترنت في العالم العربي 43 ٪، أي إن انتشار الإنترنت تضاعف نحو أربعة أضعاف خلال عقد واحد. ومع هذا التطور، إلا أن معدل الانتشار في العالم العربي ما زال أقل من المعدل العالمي الذي وصل إلى 49.7 ٪، وسجلت أعلى الدول: قطر 98.3 ٪، والأردن 80 ٪، والكويت 78.4 ٪، والمغرب 58 ٪، ولبنان 76.1 ٪، ومصر 34.2 ٪[2]. إلى جانب ذلك، فإن معظم الدول العربية قد شهد تطورًا كبيرًا في البيئة التحتية للاتصالات الرقمية.

وأصبحت بعض البلدان مثل دول الخليج تتمتع ببنية تحتية رقمية متقدمة عالميًّا، كما تراجعت كلف الاتصالات والإنترنت؛ الأمر الذي أسهم بشكل أساسي في تحويل الإنترنت إلى مصدر رئيس للأخبار في معظم المجتمعات العربية. الاستدراك المهم يذهب إلى أن الصحافة الإلكترونية الرقمية لم تستفد بشكل واضح من هذه التطورات، على صعيد تحسين مستوى جودة خدماتها تقنيًّا وأساليب عرضها للمحتوى والاستفادة من أدوات الإعلام الرقمي الحديث، ما يرجع إلى أربعة أسباب أساسية؛ الأول: أن الصحافة الإلكترونية العربية لا تزال في الأغلب مشاريع فردية لم تتطور مؤسسيًّا ولم تشيد نماذج مهنية مستدامة توفر آلية للاستجابة السريعة للتكنولوجيا أو التحسين المستمر للجودة.

---

(1) المرجع السابق.

(2) Internet–Coaching Library, “Usage and Population Statistics,” (Internet World Stats).

ثانيًا: أن النموذج الاقتصادي الذي اعتمدت عليه هذه الصحف لم يساعدها نتيجة نقص الموارد. ثالثًا: ضعف الموارد التقنية والمهنية القادرة على الاستفادة من أدوات وتطبيقات الإعلام الجديد، رابعًا: التفاوت الهائل بين الدول والمجتمعات العربية في امتلاك البنية التكنولوجية الرقمية والتفاوت الآخر بين العاصمة والمدن الرئيسية في العديد من الدول.

3.4. البيئة الاقتصادية: تحدي بناء النموذج الاقتصادي الجديد

ظهرت الصحافة الإلكترونية العربية في بيئة متحولة في قطاع اقتصاد الإعلام العربي، حسب إحصاءات اليونسكو، كان انتشار الصحف اليومية في العالم العربي في عام 1995 ما زال متدنيًا مقارنة مع أقاليم أخرى في العالم، في مصر كان 38/ 1000 نسخة–مواطن، وفي الأردن 45/ 1000، وفي العراق 20/ 1000، وفي لبنان 141/ 1000 والسعودية 49/ 1000 مقارنة مع بريطانيا 332/ 1000، وفي اليابان 580/ 1000، فرنسا 218/ 1000[1].

في هذا الوقت لم تكن قراءة الصحف ومتابعتها ظاهرة عامة أو جزءًا من الحياة اليومية للأفراد بل كانت تقتصر على النخب الصغيرة، ففي منتصف التسعينات كان نحو 45 ٪ من سكان العالم العربي يعانون من الأمية.

لقد تزامنت بداية ظهور الصحافة الإلكترونية في العالم العربي مع مرحلة جديدة في الإعلام العربي، أبرز ملامحها بداية ازدهار عصر البث التليفزيوني الفضائي بإطلاق العشرات من الفضائيات العربية الجديدة، وبداية عصر الشبكات الإخبارية العربية (Pan-Arab Media)، هنا اكتشفت النظم السياسية أن الحدود الرسمية لا يمكن أن تمنع تدفق الأخبار والأفكار والمعلومات.

بلغ حجم السوق الإعلانية في وسائل الإعلام العربية عام 1995 نحو 1.113 مليار دولار في 11 دولة عربية (دول الخليج، ومصر، وسوريا، ولبنان، والأردن، والعراق)، وهي حصة متواضعة بالمقارنة مع السوق الإعلانية العالمية، واعتبارًا من عام 1998 أخذ يتنامى وصول المواطنين العرب إلى الإنترنت وتحديدًا في دول الخليج وبدأت ملامح سوق إعلامية جديدة تتشكَّل، ولكن إلى ذلك الوقت لم تكن الإعلانات على الإنترنت أو الصحافة الإلكترونية الوليدة تحتل مكانة تُذكَر، فقد وصل الإنفاق الإعلاني في عام 2000 في دول آسيا العربية نحو

---

(1) UNESCO, Year book, (1996).

2.021 مليار دولار[1].

لم يكن ناشرو الصحف اليومية العربية في نهاية التسعينات وبداية الألفية الجديدة يأخذون الصحافة الإلكترونية على محمل المنافس الكبير لهم في المستقبل القريب، كان لديهم اعتقاد بأن الصحف الورقية سوف تحافظ لوقت طويل على ولاء الجمهور، كان جل اهتمامهم يذهب إلى منافسة المحطات التليفزيونية الفضائية وما جاءت به من جاذبية وسرعة في نقل الأخبار.

مرَّت الصحافة الإلكترونية العربية في مواجهة التحدي الاقتصادي، بثلاث مراحل، الأولى: الهواية والتجريب التي استمرت إلى عام 2005، حيث لم يكن لناشري هذه المواقع أية خطة عمل اقتصادية. في المرحلة الثانية ظهرت شركات تتبنى البوابات الإلكترونية، حيث أخذت ملامح أولية لنموذج اقتصادي تتبلور. في المرحلة الثالثة اعتبارًا من عام 2009 بدأت تتضح الشخصية المهنية للصحافة الإلكترونية وبدأت الإعلانات والاستثمارات تلتفت لها وتحديدًا في سنتي 2011–2012، وساعد في ذلك النمو المهني عندما أخذ صحفيون محترفون بالهجرة من الصحافة الورقية إلى الصحافة الإلكترونية.

إن إحدى أبرز المشكلات التي واجهتها الصحافة الإلكترونية العربية، أنها أُنشئت على شكل مبادرات فردية صغيرة ولم تطوِّر نماذج اقتصادية ناجحة، ولا تزال تواجه هذه المشكلة، لقد بقي الناشرون الإلكترونيون العرب إلى وقت قريب غير مدركين لعناصر المنافسة الحقيقية التي يمكن أن تطور نماذج اقتصادية مستدامة للصحافة الجديدة والمتمثل في تطوير المحتوى ومواكبة التكنولوجيا[2].

في عام 2008، ارتفع الإنفاق على الإعلانات في وسائل الإعلام العربية إلى نحو 5.296 مليارات دولار ولم يشكِّل الإعلان عبر الإنترنت سوى 1 ٪ أي ما يعادل 56 مليون دولار فقط؛ وهذا لا يعني أن عائد الإعلانات على الإنترنت يذهب إلى الصحافة الإلكترونية. لقد تزامن هذا التطور مع بداية نمو الواجهات العربية لمواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا

(1) Alshehri, "Electronic Newspapers on the Internet".

(2) المعز بن مسعود، «الصحافة الورقية العربية: صراع البقاء ورهانات الرقمنة»، مركز الجزيرة للدراسات، 8 ديسمبر/ كانون الأول 2016، (تاريخ الدخول: 1 سبتمبر/ أيلول 2018)، https://bit.ly/2ulLxWd.

فيسبوك وتويتر[1]، في هذا العام، 2008، أصبح 85 ٪ من الصحف اليومية العربية لها نسخة إلكترونية على الإنترنت، ولكن حوالي 2 ٪ فقط من إعلانات هذه الصحف جاءت من خلال نسخها الإلكترونية[2].

اعتبارًا من عام 2010، بدأت حصة الإنترنت تحتل مساحة أوسع في سوق الإعلانات؛ حيث وصلت هذه الحصة 2014-2015 إلى نحو 17 ٪ من سوق الإعلان العربية، ولا توجد إحصاءات واضحة تحدد حصة الصحافة الإلكترونية من هذه النسبة ولكنها تُقدَّر بنحو 23 ٪ من حصة الإعلان الرقمي، واحتلت أسواق السعودية والإمارات العربية المتحدة المساحة الأوسع من هذه الأسواق[3]. في العموم، لا يزال التحدي الاقتصادي هو الأبرز في مواجهة الصحافة الإلكترونية العربية، وعلى الرغم من مرور نحو ربع قرن على نشأتها، فإن الصحافة الجديدة تراوح مكانها، ولم تتطور إلى بناء نماذج اقتصادية ناجحة ولا تزال غير جاذبة للاستثمار، باستثناء حالات محدودة في دول الخليج والمشرق العربي، وترتبط هذه الحال بأسباب ذاتية تتعلق بضعف مهنية هذه الصحافة وضعف قدرتها على التطور والابتكار ما جعل قدراتها على المنافسة في سوق الإعلانات محدودة، وأسباب محلية ترتبط بالضغوط التشريعية والسياسية من جهة، وبالاحتواء السياسي من جهة أخرى، وأسباب عالمية ترتبط بالشركات العملاقة المهيمنة على الإنترنت ومنتجاتها المتعددة التي عملت على تغيير سلوك مستهلكي الأخبار بشكل عام.

من جهة أخرى، لا تزال تجارب الصحافة الإلكترونية التي تقدم محتوى مدفوع الثمن محدودة وتواجه صعوبات متعددة اجتماعية واقتصادية وتقنية، فهذا النمط من المحتوى لم يصبح بعد جزءًا من ثقافة متصفحي الإنترنت في المنطقة، كما أن الدفع الإلكتروني غير متيسر بالشكل المطلوب ولا توجد تدابير تقنية أو تشريعية في معظم البلدان العربية، إلا أن تجارب محدودة ظهرت لتقديم المحتوى الإخباري المدفوع مثل تجربة بعض الصحف اللبنانية.

---

(1) **نظرة على الإعلام العربي 2016-2018: شباب، محتوى، إعلام**، (دبي، نادي دبي للصحافة، 2016)، ص 47-50.

(2) المرجع السابق، ص 47-50.

(3) المرجع السابق، ص 50.

خلاصة

شهدت الصحافة الإلكترونية في العالم العربي تحولات متعددة خلال عقدين من عمرها، أسهمت فيها عوامل ذاتية وعامة ارتبطت بالتكنولوجيا الجديدة وبالتحولات البيئية السياسية والاقتصادية؛ حيث جاءت نشأة هذ الصحافة وتطورها وسط بيئة تاريخية متحولة ومملوءة بالمحطات التاريخية المفصلية في حياة مجتمعات المنطقة؛ ما جعل الصحافة الإلكترونية أداة جديدة أسهمت في إعادة تشكيل صناعة الأخبار في هذا الجزء من العالم.

أسهمت الصحافة الإلكترونية في تشكيل المجال العام العربي الجديد، فقد وفرت مساحة جديدة للنقاشات العامة غير مألوفة من قبل، من خلال رفع سقف حرية التعبير وطرح قضايا جديدة لم تكن معروفة أو متاحة من خلال وسائل الإعلام التقليدية، كما أسهمت في زيادة جرعة التفاعل وسماع أصوات شرائح واسعة من المجتمعات.

في الوقت نفسه؛ حملت الصحافة الإلكترونية العربية مشكلات ومحددات الصحافة العربية التقليدية بل جاءت بإشكاليات جديدة، وتحديات غير مألوفة بعضها يرتبط بظاهرة الإعلام الرقمي العالمية، وأخرى ترتبط بالخصوصيات الثقافية والسياسية العربية.

لا تزال الصحافة الإلكترونية العربية تواجه تحديات مهنية معقدة تنعكس في تدني جودة المحتوى الإعلامي في طيف واسع من المحتوى الصحفي الإلكتروني، ويعود هذا الأمر إلى تحديات في تكوين وقدرات الصحفيين الإلكترونيين، وعدم وجود معايير واضحة أو تقاليد ناجزة للمهنة في هذا الحقل، كما هي الحال في تواضع أشكال التنظيم الذاتي؛ ما جعلها في أحيان كثيرة طيِّعة للفوضى أو للاحتواء السياسي. من جهة أخرى، بقيت الصحافة الإلكترونية العربية تعكس مبادرات فردية، ولم تطوِّر -في الأغلب- نماذج اقتصادية ناجحة.

أمام الإعلام الرقمي والصحافة الإلكترونية في العالم العربي فرصة كبيرة في تطوير جودة المحتوى والأداء واستثمار التحولات الكبيرة التي تشهدها المجتمعات العربية واتساع القاعدة السكانية الشبابية في هذه المجتمعات، التي تعد المستهلك الكبير لهذا النمط من الإعلام، وذلك من خلال تطوير جودة التدريب الإعلامي وإصلاح مناهج تعليم الصحافة وإدخال مفاهيم ومهارات الإعلام الرقمي فيها، والدخول في عملية مستمرة من التنظيم الذاتي وبناء نماذج اقتصادية مستدامة.

الفصل الثاني

التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية وموجبات الشرط السياسي والتكنولوجي

علي كريمي
أستاذ التعليم العالي بكلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية في جامعة الحسن الثاني

تطمح الدراسة إلى وضع اليد على مسار التطور التاريخي للإطار التشريعي للصحافة الإلكترونية في بعض مكونات النظام العربي، من أجل معرفة كيف ولماذا حدث الانتقال من عدم الاعتراف القانوني بها إلى التلكؤ في الاعتراف بها، وصولًا إلى محاولة تنظيم ما قد يُرتكَب من جنح وجرائم ومخالفات، عبر الإنترنت وفي مواقع التواصل الاجتماعي، لدحض ما كان سائدًا من تصور خاطئ يرى في هذا الفضاء مجال فوضى غير محكوم بقانون، وهو مجال لحرية التعبير المطلقة بامتياز. وكردٍّ على هذا الادعاء، سوف تظهر القوانين المنظمة للجرائم الإلكترونية تهدف إلى سد الفراغ المزعوم، ولكن مع ذلك يجب الاعتراف أن مجال الإعلام الإلكتروني حتى في غياب القوانين المنظمة له، يلاحظ أن جل الدول، تطبق عليه قانون الإعلام والاتصال التقليدي.

اليوم بعد الربيع العربي، وبعد الدور الذي صارت تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي وما تلا ذلك من تطور أصابها، أصبحنا أمام تنظيم هذه المواقع، بإفراد قانون خاص بالإعلام الإلكتروني، أو بإدماجه في رحم قانون الطباعة والنشر الورقي، وهكذا يُلاحَظ وجود تفاوت في المنطقة العربية فيما يخص آليات تقنين الصحافة الإلكترونية، فمثلًا في المغرب والجزائر وتونس والأردن، تمَّ تنظيم وتقنين الإعلام الإلكتروني في صلب قانون الإعلام المكتوب، بينما أفردت له السعودية قانونًا خاصًّا في إطار اللائحة التنفيذية.

يجب التأكيد بداية أن ما نسعى إليه ليس هو استعراض القوانين المؤطِّرة للإعلام الإلكتروني في كل الدول العربية، قد يكون ذاك طموحًا مشروعًا، لكنه يقتضي أن يكون هناك فريق بحث متكامل لرصد هذه الظاهرة في مختلف الدول العربية، غير أنه في انتظار توافر شروط ذلك سيتم التركيز على حالات مختارة، حسب التقسيم التالي: نموذج أو نموذجين في منطقة النظام الإقليمي الفرعي المغاربي، وفيه نركز على تونس مع الإشارة كلما كان ذلك ممكنًا إلى الجزائر والمغرب، مع استحضار نموذج آخر من بلاد النيل وهو مصر، بالخصوص بعد دستور 2014، والنموذج الثالث من المنطقة المعروفة تاريخيًّا بسوريا الكبرى أو الهلال الخصيب وتعبِّر عنه التجربة الأردنية، ثم منطقة الخليج العربي وبالخصوص دول مجلس التعاون الخليجي التي يعبر عنها النموذج الكويتي والسعودي.

وهكذا، فإن البحث في الإطار القانوني للصحافة الإلكترونية العربية يقتضي استحضار كيف تعاملت القوانين الخاصة بالإعلام والاتصال مع تكنولوجيات الإعلام وما اللحظة

التي بدأ فيها تقنين هذه التكنولوجيات؟ وما علاقة الإطار القانوني للصحافة الإلكترونية بالصحافة التقليدية؟ وهل ما ينطبق على الصحافة الورقية والسمعية البصرية من ضوابط ينطبق على الصحافة الإلكترونية أم أن لهذه الأخيرة نظامًا قانونيًا خاصًّا بها؟ ألم يكن الجزء الأساسي من الإطار القانوني المنظِّم للصحافة الإلكترونية العربية، مضمَّنًا في صلب تشريعات مكافحة الجريمة الإلكترونية على المستوى العربي وعلى مستوى كل دولة عربية على حدة؟

1. تقنين الإعلام الإلكتروني العربي وتأثيرات البيئة الدولية والإقليمية

الحقيقة التي ينبغي استحضارها في هذا الصدد -وباستمرار- هي أن موضوع النظام القانوني المؤطِّر للصحافة الإلكترونية في النظام الإقليمي العربي، لا يستقيم الخوض فيه، إن لم يتم استحضار الشروط التي أسهمت في انتشار هذه الصحافة في جل الدول العربية بصورة سريعة، خاصة مع نهاية القرن المنصرم وبداية الألفية الثالثة، ثم إن استيعاب روح هذا الإطار وإدراك معناه ومبناه أمر محفوف بصعوبات جمة، الشيء الذي يفرض على من يغامر بالبحث فيه، أن يكون مسلحًا بعُدَّة معرفية قد تسعفه على تجاوز ظاهر الظاهرة القانونية، وتساعده على تعبيد سبل نفاده إلى عمقها، بغية إدراك لماذا جاءت مصوغة على الشكل والصورة التي هي عليها. إن الباحث الذي تحدوه مغامرة النبش في هذا الحقل الشائك، والمحصن والمطوق بأحزمة من الصعوبات والعراقيل يفترض فيه أن يكون منفتحًا على حقول معرفية أخرى، كما يفترض فيه أن يكون ضابطًا لخبايا تخصصات متعددة ذات الصلة بالموضوع، من قانون دولي للإعلام، وقانون دولي للإنترنت وقانون حقوق الإنسان، وقانون الجرائم الإلكترونية...إلخ.

1.1. إكراهات تقنين الإعلام الرقمي العربي وموجبات الشرط السياسي

إن المجازفة بالتصدي لموضوع مثل الذي أمامنا يتطلب جرعة زائدة من الجرأة المصحوبة بالمغامرة، تساعد الباحث فيه على رسم ملامح اللحظات الأولى التي انفتحت فيها الدول العربية على تكنولوجيات الإعلام الحديثة. وكيف أن استخداماتها قد تسببت لها في مراكمة كم هائل من المشاكل، ما فرض عليها اللجوء إلى تقنينها تحت مبرر اعتداءاتها على النظام العام، وعلى الأسس السياسية والدينية للدولة، وانتهاكها للحياة الخصوصية واستخدامها في الإرهاب وفي الإساءة إلى الأديان، والاعتداء على البيانات الشخصية، ودعارة الأطفال[1]...

(1) Philippe Amblard, Régulation de l’internet: l’élaboration des Règles de Conduite par

إلخ. إن التقنين إياه، بدأ متدرجًا ومرفقًا بحذر شديد، فاعتُبر في كثير من الأحيان غير ذي جدوى على أساس أن هذه التكنولوجيات لا تعترف لا بالحدود، ولا بمنطق السيادات، ولا حتى بسيادة القانون ذي البعد الوطني المحلي. إنها تستطيع بكل يسر التخلص من مضامينه، وتجاهل قواعده، ذاك ما يطرح مدى نجاعة التنظيم القانوني للإنترنت، وفي صلبه الصحافة الالكترونية.

تجدر الإشارة إلى أهمية استحضار بعض ملامح اللحظات الحاسمة من مسار تطور تكنولوجيات الإعلام وكيف تأثرت الدول العربية بها، في ظل النظام العالمي الجديد، الميسِّر لانتشار فكر الليبرالية المتوحشة، واندراج هذه التكنولوجيات فيها بشكل لا رجعة فيه مع مشروع «آل غور»[1].

أ- تأثرت الدول العربية بمشروع «آل غور» حول الطرق السيَّارة للإنترنت المقدم في سنة 1992، وهو المشروع الذي شق طريق تطوره بشجاعة وتفاؤل وبجرأة منقطعة النظير، ملحًّا على إخراج الإنترنت وتكنولوجيات الإعلام من دهاليز المختبرات العلمية التابعة للمؤسسات العسكرية، ومخلِّصًا إياها من قبضة الاستخدامات الاستخباراتية العسكرية والأمنية، ويسَّرها للاستخدامات المدنية، فكان من نتائجه أن استفادت الدول العربية من هذا التحول. على أن هذه الدول أو على الأقل بعضها، أدركت منذ زمن بعيد أهمية تأثير تطور تكنولوجيات الإعلام على حقوق الإنسان، وبالخصوص على الحق في الاعلام وحرية الرأي والتعبير. كانت لهذه الدول مساهمات محترمة في ذاك النقاش الخجول والأولي المفعم بالتردد والحذر، خلال المؤتمر الأول لحقوق الإنسان بطهران سنة 1968[2]، والذي خُصِّصت إحدى ورشاته لموضوع «تأثير التطور التكنولوجي على حقوق الإنسان».

ب- إن ما يثار بهذا الصدد بشكل متواتر هو كيف كان يُنظر إلى مجال اشتغال الإعلام الإلكتروني بكونه مجالًا تسود فيه الفوضى ولا يوجد قانون ينظمه؛ ومعنى ذلك أنه مجال اللاقانون بامتياز! تزداد هذه القناعة قوة ورسوخًا، عندما نعلم كيف يقف القاضي حتى في

---

le Dialogue Internormatif (Bruxelles: Bruylant, 2004), 130.

(1) Michel Mathieu, Evolution de l'économie libérale et liberté d'expression (Bruxelles: Bruylant, 2007), 210.

(2) فاروق أبو عيسى، «الاتجاهات الدولية الحديثة في حرية الإعلام وحقوق الإنسان»، دراسات إعلامية، (العدد 73، أكتوبر/ تشرين الأول 1993)، ص 75.

الدول الديمقراطية مهد هذه التكنولوجيات مكتوف الأيدي فاقد الإرادة ومسلوب العزيمة، حينما تعرض عليه جرائم تُرتكب بواسطة تكنولوجيات الإعلام الحديثة، وعلى الخصوص لما يتم ذلك باستخدام شبكة الإنترنت، فيقلِّب بنود القانون، ولا يجد ما يطبقه على هذه الجرائم؛ إذ مهما بذل من جهد وتفكير وتقدير، ومحاولة للقياس والتكييف، لا يستطيع البتَّ فيما يُعرض عليه من نوازل، وليس أمامه في نهاية الأمر إلا التمسك بالمبدأ القانوني الشهير: «لا جريمة ولا عقوبة إلا مع وجود نص»، تحت هذا المبدأ، وفي ظل غياب إطار قانوني واضح، غالبًا ما تُنتهك حقوق الأفراد، وتُرتكب جرائم فظيعة بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي. لكن ألا يمكن إخضاع الجرائم والجنح المرتكبة بواسطة هذا الإعلام لقواعد قانون الإعلام التقليدي، أو لقواعد القانون الجنائي التقليدي؟ يبدو هذا أمرًا ممكنًا وميسرًا؛ إذ قد يُلجأ إليه في كثير من الأحيان بالخصوص قبل وضع قوانين الجرائم الإلكترونية. ففي كثير من الدول العربية تمَّ اللجوء إلى تطبيق قواعد القانون الجنائي التقليدي على الجرائم المرتكبة بواسطة الإنترنت، في المغرب، وفي مصر والسعودية، وفي تونس[1]...إلخ.

كان ذلك واقعًا مضى، لقد تغيرت الأمور اليوم خاصة بعد حدوث سلسلة من العوامل، أهمها: أن هذه التكنولوجيات ولم تعد القوانين التقليدية قادرة على استيعاب ما يُرتكب عبرها من مخالفات أكثر من أي وقت مضى، وغير قادرة في الآن ذاته على مواكبة تنظيم المجالات التي أصبحت تغطيها، بل حتى القانون الذي وُضع لتأطير ما قد يُرتكب عبرها من جرائم هو نفسه غير قادر على ضبط ومسايرة التحولات السريعة والمتعاقبة التي تعرفها هذه التكنولوجيات التي تتطور بسرعة البرق، في حين كانت -وما زالت- المواكبة التشريعية لها تسير ببطء[2].

ومن بين العوامل ذات الطابع القانوني التي يتم استحضارها باستمرار، ما هو منظم بموجب بعض قواعد القانون الدولي، الممكن تطبيقها عند الاستغلال المفرط والسيء لتكنولوجيا الإعلام الحديثة تحت مبرر حرية الرأي والتعبير، باعتبارها جوهر حقوق الإنسان وأساسها، الذي لا يجوز ولا يستساغ المساس بها، مهما حدث حتى لو أساءت لبعض المبادئ الأخلاقية، أو مست بالآداب العامة، وبالنظام العام الاجتماعي.

---

(1) علي كريمي، «قانون الإعلام والاتصال في ظل المتغيرات الدولية»، ورقة قدمت في: ورشة تكوينية نظمتها الإيسيسكو في مدينة نواكشوط بموريتانيا، نوفمبر/ تشرين الثاني 2009.

(2) Elino Polymenopoulou, “Liberté de l’art face à la protection des croyances religieux” (Thèse de doctorat, Faculté de droit Grenoble, 2006).

فبالرجوع إلى الولايات المتحدة -مهد هذه التكنولوجيات- نجد ما يكفي من أدلة على أولوية حرية التعبير المكفولة لكافة وسائل الإعلام وضمنها الإعلام الإلكتروني، والتضحية بالأخلاق والآداب العامة[1]، وهنا تجدر الإشارة إلى قانون 1996 الخاص بما يعرض على بعض هذه المواقع من صور خليعة، يكون الأطفال ضحاياها، وكيف ينبغي محاكمتها، وفرض عقوبات قاسية عليها، لكن هذا القانون تم إلغاؤه من طرف المحكمة الدستورية الاتحادية العليا، تحت مبرر لا دستوريته، باعتباره يتناقض مع أول تعديل من التعديلات العشر التي أُجريت على دستور 1787 الأميركي سنة 1791 [2].

وعلى العموم، فإن الإطار القانوني المنظِّم للصحافة الإلكترونية، تتضارب إزاءه مواقف الدول وتوجهاتها، وهذا إشكال يؤرِّق فكر الباحث في هذا الحقل المعرفي سريع التطور، مستجد التقنين غير المواكب لتأطير الظواهر الناشئة عنه. فكلما تم تقنين بعض هذه الظواهر ظهرت الحاجة إلى تقنين ظواهر أخرى أكثر عددًا وأشد تعقيدًا. نحن إذن أمام حقل معرفي يتجدد باستمرار، الشيء الذي يجعل المواكبة القانونية له ضعيفة الفائدة وغير مسايرة لتطوره؛ إذ ما أن يوضع قانون حتى يتم تجاوزه بفعل التطور التكنولوجي السريع.

ج- في ظل هذا الواقع يطفو إشكال آخر على السطح ليعقد التحليل ويضبِّبه، والأمر هنا يتعلق بكون الإعلام الإلكتروني، يسري عليه في بعض الدول ما يسري على الإعلام المكتوب، وهذه الظاهرة نجدها متوالية في قوانين مجموعة من الدول العربية مع تفاوتات في التعامل التنظيمي معها. فإذا رجعنا مثلًا إلى التشريع المغربي لسنة 2002 والذي حلَّ محلَّه قانون 2016، نجد به إشارات خجولة تهم الإعلام الإلكتروني، وغالبًا ما تصادفنا في مختلف بنوده هذه العبارة اليتيمة والوحيدة آنذاك «... أو بكل وسيلة إلكترونية»[3] عند الحديث عن التحريض على ارتكاب الجرائم، أو المساس بالحياة الخصوصية للآخرين...إلخ، هذا الأمر لا يخص التشريع

(1) Amélie Robitaille-Froidure, La Liberté d'expression face au racisme: Etude de droit comparé franco-américain (Paris: l'harmathan, 2011), 73-80.

(2) Yassin ELShazly, "les droits de l'homme a l'épreuve de l'internet: Essai sur la diffusion du modèle européen du procès equitable à la politique uniforme de résolution des litiges relatifs aux noms de domaine "UDRP" (Mémoire de Master, Faculté de droit et de science politique, 2006-2007), 17-18.

(3) انظر المادة 38 من القانون المغربي الخاص بالطباعة والنشر الصادر في 3 أكتوبر/ تشرين الأول 2002. رقم 77.00، منشور في الجريدة الرسمية عدد 5075 بتاريخ 20 يناير/ كانون الثاني 2003.

المغربي وحده بل يكاد يكون معمَّماً على تشريعات بقية الدول العربية الأخرى، ولذلك فإن عمق الإشكال، يبقى محصورًا في ما يهم التطور القانوني الذي حصل ما بين الإشارة الخجولة للوسائل الإلكترونية في قوانين الإعلام وبين تخصيص أبواب تنظم الإعلام الإلكتروني، بعد استخدام المواقع الإلكترونية كجرائد إعلامية، ما أدى إلى تطور في جل القوانين المنظمة للإعلام في الدول العربية، فانتقلنا من الإشارات الباهتة إلى إفراد قسم[1] أو باب للإعلام الإلكتروني، في قانون الطباعة والنشر (في المغرب وفي الجزائر) أو وضع قانون خاص بالإعلام الإلكتروني (السعودية)[2]. وهناك دول أخرى تؤكد على حرية الإعلام الإلكتروني في بنود دساتيرها بغية إعطاء قيمة قانونية أسمى للإعلام الإلكتروني (مصر، وتونس)[3] (هذه التجارب سيتم النظر في تطورها، مع التشديد على أهميتها، وعلى أهمية السياق السياسي الإقليمي العربي، والوطني الداخلي، والدولي، الذي صيغت فيه).

التأثر العربي بتقنين تكنولوجيات الإعلام دوليًّا

ظهرت الإرهاصات الأولى لتأثير تطور تكنولوجيات الإعلام على حقوق الإنسان منذ 1967 [4] و1968، لكن التأثير المهم والأساسي الذي كانت له انعكاسات على الدول العربية، هو ما حصل في بداية الألفية الثالثة، مع تفجيرات 11 سبتمبر/ أيلول 2001، وما أعقبها مباشرة من إدراك خطورة استغلال تكنولوجيات الإعلام في الإرهاب، عبر ربط وتسهيل الاتصال بين الإرهابيين، وتبادل المعلومات فيما بينهم، وتحديد اللقاءات، وتنظيم الاجتماعات... إلخ. هذه اللحظة كانت حاسمة ومهمة في التنظيم القانوني لوسائل الاتصال والإعلام الإلكتروني، وتقنين الإنترنت على الصعيد العربي، فخلالها تأثرت الدول العربية

(1) القانون الجزائري لسنة 2012 الذي أفرد بابًا خاصًّا بالإعلام الإلكتروني وهو الباب الخامس من القانون العضوي رقم 12-05، الصادر في 12 يناير/ كانون الثاني 2012، بالجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 2 بتاريخ 15 يناير/ كانون الثاني 2012. وكذلك مشروع قانون الإعلام المغربي الجديد منشور بموقع وزارة الاتصال.

(2) في السعودية هناك اللائحة التنفيذية الخاصة بالإعلام الالكتروني صدرت في عام 2011 عن وزارة الثقافة والإعلام السعودية تهم مشروع الإعلام الإلكتروني وتتكون من 20 مادة، وفي الدستور المصري لسنة 2014 أشارت المادة 70 إلى الإعلام الإلكتروني.

(3) شريف اللبان درويش، الإنترنت: التشريعات والأخلاقيات، (القاهرة، دار العالم العربي، 2010)، ص 149-157.

(4) André Bertrand, Droit a la vie privée et droits a l'image (Paris: Litec, 1999), 14-22.

بالموجة الدولية الساعية لمراقبة وتقنين وسائل الاتصال الإلكتروني، ووضع اتفاقية دولية لتنظيم مجال الجرائم الإلكترونية، وهي اتفاقية بودابست بتاريخ 23 نوفمبر/ تشرين الثاني 2001 [1]، أي مباشرة بعد أحداث 11 سبتمبر/ أيلول 2001، لقد كانت هذه الاتفاقية إلى جانب التوجيهات الإرشادية الصادرة عن مجلس أوروبا 1995 [2]، والتوجيهات الإرشادية لمنظمة التجارة العالمية[3]، والتوجيهات الإرشادية لمنظمة التعاون والتنمية[4] بمثابة النواة الأساسية لظهور قانون دولي للإنترنت[5].

تأثرت أغلب الدول العربية بهذه المعطيات، وبواقع البيئة السياسية الدولية والإقليمية، فصار هاجس تقنين الإنترنت يسيطر على سلوكها التشريعي، عبر عدة طرق وبمبررات مختلفة، منها ما هو مرتبط بمواكبة الموجة الدولية الساعية إلى تقنين هذا «الوحش الإلكتروني»، ومنها ما هو على صلة بانعكاسات استخدامه في قضايا الإرهاب، وعبَّرت عن ذلك بالخصوص عند إصدارها للقوانين المتعلقة بالجرائم الإلكترونية والقوانين المتعلقة بالإرهاب. وُضعت هذه القوانين تأثرًا بمضامين اتفاقية بودابست، فصيغت على منوال منطوق ومضمون القواعد الواردة فيها.

وهكذا إذن كان لشرط السياق الدولي بعض التأثير على صياغة هذه القوانين بعد 2001، فلا ينبغي إغفال التأكيد على كون سياق وضعها مرتبطًا بواقع ما رُوِّج ويُروَّج داخل أروقة جامعة الدول العربية، أشير هنا على الخصوص إلى وضع القانون النموذجي العربي الموحد

---

(1) عبد الله عبد الكريم عبد الله، جرائم المعلوماتية والإنترنيت «الجرائم الإلكترونية»، (بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية، 2007)، ص 124-136.

وتسمى هذه المعاهدة بمعاهدة المجلس الأوروبي، رقم 185، حول جرائم الفضاء السيبراني أو معاهدة بودابست بتاريخ 23 نوفمبر/ تشرين الثاني 2001.

(2) التوجيه الإرشادي رقم: 95/ 46/ EC الصادر عن البرلمان والمجلس الأوروبي بتاريخ 24 أكتوبر/ تشرين الأول 1995، كما أن هناك توجيهًا آخر رقم: 2002/ 58/ EC الصادر عن البرلمان الأوروبي بتاريخ 12 يوليو/ تموز 2002.

(3) بولين أنطونيو أيوب، الحماية القانونية للحياة الشخصية في مجال المعلوماتية: دراسة مقارنة، (بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية، 2009)، ص 304-308.

(4) Claudine Guerrier et Marie-Christine Monguet, Droit et sécurité des télécommunications (France: Springer, 2000), 151.

(5) Georges Chatillon, le droit international de l’internet (Bruxelles: Bruylant, 2002), 158.

لسنة 2004، وما تلاه من قوانين عربية داخلية على مستوى كل دولة على حدة، لم تخرج هذه القوانين كما حال القانون النموذجي العربي الاسترشادي الموحد، عمَّا هو مكرَّس في اتفاقية بودابست من حيث الاهتمام بالإعلام الإلكتروني وبقضاياه.

هل ما زال من الممكن اليوم في ظل التغييرات التي عرفتها وسائل الإعلام الإلكتروني الحديث عن المدونات وعن المواقع الإلكترونية كآليات للإعلام الجديد؟ ألم تُمْسِ هذه الآليات من باب الماضي؟ ألم يكن من الضروري اليوم وضع قوانين فعَّالة لتنظيم هذا الفضاء الفوضوي الشاسع قويِّ التأثير؟ ألم يكن هذا الفضاء فضاء يتداخل فيه ومن خلاله حق التداول للمعلومات على المواقع بين الأفراد من جهة، وبين الكيانات المحلية والكيانات العالمية من جهة أخرى؟

علاقة جهود التقنين والضبط عربيًّا بالشرط السياسي

يتطلب تتبع مسار تقنين الصحافة الإلكترونية على الصعيد العربي الرجوع إلى البيئة السياسية العربية والعالمية المواكبة له، والتي في رحمها تم التقنين المشار إليه، مع العلم بأن قراءة واقع هذه البيئة تفسر بما فيه الكفاية، لماذا هذا التنظيم هو على هذا النحو. الأمر لا يتعلق بما بعد الثورات التي هزت العديد من الكيانات العربية، بل هو على علاقة بما حصل قبل الربيع العربي، على الأقل منذ العشرية الأخيرة من القرن المنصرم، وبداية الألفية الثالثة.

مرَّت مسيرة التقنين الإعلامي في المنطقة العربية بعد قيام النظام العالمي الجديد بثلاث محطات أساسية، أشير لعناصر بعضها في السابق لكن لا بأس في إعادة التأكيد عليها من جديد وباختصار على النحو الآتي:

أ- ترتبط أولاها بالتحولات ذات النفحة الليبرالية، عندما بدأت بعض رياح التغيير نحو الديمقراطية تتسلل إلى المنطقة بعد حرب الخليج الثانية أو قبلها بقليل، ظهرت آنذاك قوانين لتنظيم الإعلام والدفع به في اتجاه مواكبة التحول الحاصل على المستوى الدولي. أشير هنا إلى القانون التونسي الجديد 1989، والقانون الجزائري لسنة 1990، والموريتاني لسنة [1]1991،

---

(1) عبد الفتاح بيومي حجازي، مكافحة جرائم الكمبيوتر والإنترنت في القانون النموذجي العربي الموحَّد، (الإسكندرية، منشأة المعارف، 2009)، ص 24-25.

والقانون المصري لسنة 1996[1]. هذه الموجة من التشريعات اهتمت بالإعلام المكتوب، وغضَّت الطرف عن الإعلام الإلكتروني، لأن هذا الإعلام لم ينتشر بعد، وحتى إن وجد، فهو ليس إلا إعلامًا مكتوبًا تحولت نسخه الورقية إلى نسخ إلكترونية. كانت صحيفة الشرق الأوسط أول تجربة عربية في هذا المجال في سنة 1995، لتليها جرائد أخرى[2].

ب- اللحظة الثانية، وهي لحظة التقنين الخجول والمحتشم للإعلام الإلكتروني في صلب قانون الإعلام التقليدي، مع وضع ضوابط لهذا الإعلام بالإحالة على قوانين الجرائم الإلكترونية. وقد تم ذلك في إطار سياق التأثر بأحداث 11 سبتمبر/ أيلول 2001، وبمضامين اتفاقية بودابست 2001 حول الجرائم الإلكترونية، وبالقانون النموذجي العربي الموحد 2004 وبالاتفاقية العربية لمكافحة الجرائم الإلكترونية...إلخ.

ج- اللحظة الثالثة، جاءت بعد ثورات الربيع العربي، حيث لاحظنا بعض الدول تشير إلى حرية التعبير عبر الإعلام الإلكتروني، وتنوه إلى ذلك في دساتيرها الجديدة التي أعقبت الثورات، مشددة على حماية التعبير عبر وسائل الإعلام الإلكتروني. ونلاحظ خلال هذه اللحظة الاهتمام بإفراد قانون خاص لتنظيم الصحافة الإلكترونية والتأكيد على وضع أسسه ومبادئه العامة في الدستور، وفيما بعد تم التنظيم القانوني العادي للإعلام مع إفراد باب ضمن هذا القانون خاص بالإعلام الإلكتروني.

هكذا يمكن اعتبار بداية الألفية الثالثة لحظة جوهرية في عمقها تنامى الاهتمام بتقنين فضاء الشبكة العنكبوتية على الصعيد العربي، وتمَّ الانكباب على ما قد يُرتكب بواسطة آليات تكنولوجيات الإعلام الحديثة كدعامة إعلامية، كما هو شأن الصحافة الورقية، والصحافة السمعية البصرية، فانحصر اهتمام المشرِّع بها، وعلى ما قد تلحقه عند الاستخدام السيئ لها من أضرار فحمَّلها مسؤولية ما قد يصيب الأفراد، والهيئات والدولة وسائر المؤسسات. من أجل ذلك وضعت قوانين انصرف اهتمامها ليس إلى تنظيم مهنة الإعلام الإلكتروني، مثلًا، كيف تنشأ المقاولات الإعلامية الإلكترونية؟، لمن يُقدَّم التصريح؟ أو طلب الترخيص حسب الحالات؟ من هو الصحفي الإلكتروني؟[3] كيف يتم تصحيح الخبر الكاذب والعاري من

(1) علي كريمي، قوانين الإعلام المكتوب في دول المغرب العربي: الواقع والتحديات، (الرباط، منشورات الإيسيسكو، 2011).

(2) قانون الصحافة والنشر المصري لسنة 1996.

(3) ضمنها الحياة اللندنية، وصحيفة الصباح المغربية، وتلاهما جُلُّ الصحف الورقية سواء منها الصادرة

الصحة في الصحافة الإلكترونية: هل ينطبق عليه ما ينطبق على الصحافة الورقية أم أن هناك اختلافًا في أحكام الدعامتين؟

إن القوانين المتعددة التي وُضعت في الألفية الثالثة، الخاصة بتنظيم الإنترنت في سائر الدول العربية، انصب اهتمامها على الاستخدامات السيئة لمواقع التواصل الاجتماعي في مجال الإرهاب، والدعارة، والدعوة إلى الكراهية، والتمييز العنصري والديني والإثني، والحث على الحروب، والإشادة بها، وتخريب المواقع، وسرقة محتوياتها، أو الدخول إليها لإحداث تغييرات فيها، كما اهتمت أكثر بدعارة الأطفال، والمساس بالنظام العام...إلخ[1].

إن القضايا المشار إليها تؤسس لظهور قانون دولي للإنترنت، كما تؤسس لظهور قانون عربي لتنظيم هذا الوحش الإلكتروني، فكيف تم ذلك؟

2.1. الصحافة الرقمية العربية بين القانون الدولي والقانون العربي للإنترنت

لا شك أن هناك اهتمامًا بقضايا الصحافة الإلكترونية، وبالإنترنت باعتباره آلية من آليات تيسير تداول المعلومات، ونقلها بسرعة لا نظير لها، فالإنترنت صار في قلب العملية الاتصالية، ومن ثمة فالقانون المنظِّم لحرية الأفراد في الإعلام يهم الإنترنت كما يهم كافة وسائل الإعلام المتعدد الوسائط (الملتيميديا). وباعتبار الإنترنت الوسيط الإعلامي والاتصالي الأول في عالم اليوم، فهو يتميز بخاصية، حرية تداول وترويج المعلومات على الشبكة العنكبوتية التي لا تعترف بالحدود الجغرافية، التي تفصل بين الكيانات السياسية، ولا تعترف بالسيادات، وبالتالي تتجاهل قيود المادة والمكان والزمان. وباعتبار هذا الأخير وسيلة اتصال وإعلام، فهو يدخل ضمن الفضاءات المشمولة بحرية النشر وترويج المعلومة التي يتم تداولها على الشبكة العنكبوتية، فيبقى حتمًا خاضعًا لقانون الصحافة والنشر[2].

ويتضمن الإنترنت عددًا من الوسائل المختلفة لتنظيم المعلومات، ونقلها وتيسير الوصول إليها، وذاك ما يجعله متميزًا عن الوسائل الاتصالية والإعلامية الأخرى، المطبوعة منها أو

باللغة العربية أو بلغة أجنبية.

(1) Karénne Chabriere, Le statut et le régime juridique applicable au cyber journaliste, D.E.S.S, de droit de multimédias et de l'informatique (Paris II: Université Panthéon, 2002-2003), 3.

(2) Rainer Frank, L'Enfant et les conventions internationals (Lyon, PUF, 1996), 120-123.

السمعية البصرية. قد تكتفي بعض المواقع بمدِّنا بالمعلومات النصية فقط، مرتبة وفقًا لقوائم محددة، بينما تمدنا الشبكة العنكبوتية (الويب)، بأنواع وأنماط من البيانات، التي تحتوي على النصوص، والصوت، والفيديو، والاتصال التفاعلي(1).

تطور الإنترنت وتأثيره على الصحافة الإلكترونية العربية

هذا التطور حتَّم على المشرِّع الدولي كما الإقليمي وضع تقنين دولي لتكنولوجيا الإعلام الحديثة، التي يعتبر الإنترنت مكونها الأساسي. لقد ظهرت الإرهاصات الأولى لهذا التقنين منذ سنة 1968 في المؤتمر الأول لحقوق الإنسان الذي عقدته الأمم المتحدة بطهران. لكن ما تجدر الإشارة إليه هو أن فكرة تنظيم الإنترنت طُرحت في مؤتمرين مباشرة بعدما قُدِّم «مشروع آل غور» حول الطرق السيارة للمعلومات في سنة 1992. كان المؤتمر الأول في سنة 1994 بسنتياغو بتشيلي، والثاني في 1996 (2). إذا كانت الدول المتقدمة عمومًا قد تبنَّت سياسة عامة دولية للتعامل مع شبكة الإنترنت، فإنه في خضم التطورات التي عرفتها تكنولوجيات الإعلام في هذه الدول، عقدت الدول الصناعية الكبرى المؤتمر الوزاري لمجتمع المعلومات الذي حثَّ على:

- تشجيع الاستثمار الخاص وتنظيم المنافسة في هذا المجال.
- تحديد إطار عملي تنظيمي من أجل ضبط مجالات الإنترنت.
- إتاحة الوصول المفتوح إلى الشبكات للجميع.
- تحقيق المساواة بشأن فرص التعددية في المحتوى.

كانت تلك الإرهاصات الأولى للتنظيم القانوني الدولي للإنترنت، وهو تنظيم خجول غير واضح متردد ومتخوف من مآل خروج هذه التكنولوجيا من الاستخدام العسكري والأمني إلى الاستخدام المدني، وفي هذا المعنى يمكن أن نلاحظ ما يلي:

(1) Youssef Bouffous, “la presse électronique au Maroc: Un rêve virtuel,” La tribune, Juillet 22-28, 2004.

انظر كذلك:

Lilian Eduvard, “Réglementation de la liberté de l’expression les rôles de la loi et de l’état,” in liberté d’expression et nouvelle technologies (Arabicom, 1998), 128.

(2) جوهر الجموسي، مدخل إلى قانون الإنترنت والملتيميديا، (تونس، الشركة التونسية للنشر وتنمية فنون الرسم، 2010)، ص 133-134.

– إن توصيات المؤتمر المشار إليه لم تهتم إلا لمامًا بحرية التعبير، بل كانت متخوفة من التشديد عليها؛ إذ لم يتم التعرض إليها إلا بعبارات غير واضحة وغير محددة في توصياته، وقد تسبب ذلك في خيبة أمل لدى منظمات حقوق الإنسان التي كانت تضغط على أن يكون هناك تأكيد على حرية الرأي والتعبير، لكن الهدف النهائي للمؤتمر هو الاهتمام بتعددية المحتوى التي لا يمكن إنجازها إلا عبر الدفاع على تشجيع نشر التعبير الحر في كل أنحاء العالم[1]. في هذا المؤتمر شدَّد آل غور، نائب الرئيس الأميركي الأسبق بيل كلينتون، أمام المؤتمرين على «... كون الاتصال العالمي بصدد حماية حرية التعبير، وتوسيعها لكي يستفيد منها كل المواطنين عبر العالم، مع تمكين الأفراد من خلق المعلومات التي يحتاجونها، أو يرغبون فيها من خلال الفيض الهائل من البيانات التي يتلقونها لحظة بلحظة»[2].

ل الإلكتروني، مع ظهور قواعد قانونية تُؤَطِّر هذا الفضاء انطلاقًا من مشروعه الذي أطلقه في بداية التسعينات، والذي حتَّم أمر هذا التقنين. فإذا كان الإنترنت مجالًا خصبًا لحرية التعبير ولسيادتها، فإن ما قد يُرتكب من سلوكات ومن خروقات لمبادئ هذه الحرية استلزم محاولة تقنين هذه الحرية على الإنترنت[3]. غير أن عدم نجاعة ذلك، دفع بالدول إلى اتباع تقنيات أخرى لكي تقي نفسها مخاطر هذا الوحش الإلكتروني، فلجأت إلى تقنيات ترشيح المحتوى علَّها تقلل من غلوٍّ تعسف هذه الوسيلة الإعلامية الخطيرة، لكن مكمن الخطورة هنا في عدم تواؤم الترشيح مع مبادئ حرية التعبير التي تتمتع بحماية دستورية في مختلف الدول.

– كان للانفجار الإعلامي الذي لعبت فيه الشبكة العنكبوتية العالمية دورًا كبيرًا أن دفع بالدول في المؤتمرات الدولية أو الإقليمية إلى المطالبة بوضع قيود على مضمون الإعلام الإلكتروني اقتداء بما فعلته مع الإعلام المكتوب منذ القرن 17 و18[4] حتى اليوم. دافعت الدول في وقت ما –ولا تزال– عن تنظيم الرسائل الإعلامية في جل الدول بقوانين في مجملها موروثة عن الصحافة الورقية، أو السمعية البصرية، فعملت على محاولة تمديدها لتطبق على

---

(1) Mathieu, Evolution de l’économie libérale, 214.

(2) Ibid, 211.

(3) Ibid, 212.

(4) Elisabeth Zoller, la liberté d’expression aux états unis et en Europe (France: Dalloz, 2008), 24.

الصحافة الإلكترونية، وهي إذ تفعل ذلك تتذرع بحماية المواطنين من الأفكار الهدامة، أو بحماية أمن الدولة، أو حماية النظام العام، أو الصحة العامة، وما يليها من عبارات فضفاضة ومفاهيم غير محددة، استمر استخدامها لفرض القيود على حرية التعبير منذ القرن [1]17، ونشوء نظام ويستفاليا[2] إلى نشوء النظام العالمي الجديد وحتى اليوم. ويدخل ضمن هذا على مستوى آخر ما هو مدبَّج من قواعد في اتفاقية بودابست 2001 وقبلها التوجيهات الإرشادية التي صدرت عن المجموعة الأوربية، والأمم المتحدة، ومنظمة التنمية والتعاون، ومنظمة التجارة العالمية... إلخ.

– إن الهدف من كل هذه الضوابط أن لا تتغول وسائل الإعلام الإلكتروني عند تذرعها بالحرية المطلقة لتهدم كل القيم والمبادئ، ما يستلزم أن يتدخل القانون الدولي لحماية سلطان إرادة الأفراد، وسلطان إرادة الدول ومعها المجتمعات، لتضع قواعد قانونية جديدة، تساير تطور وسائل الإعلام الإلكتروني[3]. كما أن الاجتهاد القضائي الدولي قد يتفاعل مع ما هو موجود من قواعد في وثائق الشرعة الدولية لحقوق الإنسان، ومحاولة تطويعها لتطبق على الإعلام الإلكتروني، وعلى مواقع التواصل الاجتماعي تحت مبررات قانونية من أجل منع تغولها فتفرض عليها وعلى كافة وسائل الإعلام الإلكتروني ذات القيود التي تفرضها على الإعلام التقليدي ووسائله[4]. وتلجأ إلى ذلك بمبررات حماية الطفولة من الاستغلال الجنسي، كمثال على ذلك ما يتضمنه البروتوكول الاختيار الملحق باتفاقية حقوق الطفل سنة 2001، وحماية الحياة الخصوصية، والحماية من الدعوة إلى التمييز العرقي والإثني والديني، والحماية من الحث على الإرهاب وإذكاء الفتن.

– لعل أدق صورة تعبِّر على تطويع قواعد القانون الدولي لحقوق الإنسان، والقانون

---

(1) هذه القيود نجدها منذ 1646 لدى الشاعر الإنجليزي «جون ميلتون» وهي تقريبًا ذات القيود التي سترد في القوانين الداخلية، وفي الإعلانات الثورية، وفي قواعد القانون الدولي لحقوق الإنسان.

(2) نظام وستفاليا سنة 1648، هو أول نظام دولي مبني على مفهوم السيادة، بعد معاهدة وستفاليا التي وضعت نهاية للحروب الدينية في أوروبا.

(3) نتالي البقاعي، «مؤتمر عالمي بمكتبة الإسكندرية يناقش إشكاليات الموسوعات الإلكترونية المفتوحة»، الحياة، 3 أغسطس/ آب 2008.

(4) راجع: علي كريمي، المضامين الإعلامية العربية حول الإسلام في ضوء القانون الدولي، (الرباط، منشورات الإيسيسكو، 2016)، ص 100. كذلك راجع نص التوصية:
Résolution 7/9 adopté le 17 Mars 2008 lors de la 40eme session du Projet d'observation N° 34 article 19 du (PIDCP) du 25 Novembre 2010.

الدولي للإعلام التقليدي لكي تطبق على الإعلام الإلكتروني ما قامت به لجنة حقوق الإنسان باعتبارها جهة مراقبة للعهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، بإصدار التوصية رقم 34، في تاريخ 12 سبتمبر/ أيلول 2011، الخاصة بالمادة 19 من العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية. وتعتبر هذه التوصية بمثابة خطوة تقدمية في مجال توضيح القوانين الدولية المتعلقة بحرية التعبير وبحق الحصول على المعلومة[1] ولها طبيعة توجيهية بشكل خاص لعدد من القضايا المتعلقة بحرية التعبير على الإنترنت. ومن هنا، فإن حماية التعبير وحريته، تنطبق على الصحافة والإعلام الإلكتروني، كما ينطبق مبدأ الحماية هذا على أشكال التعبير بالطرق الأخرى. من هنا، يجب على الدول الموقِّعة على العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، وضمنها الدول العربية، ضرورة التعامل المرن مع الاختلافات الموجودة بين الطباعة والنشر التقليدي، والنشر على الإنترنت، وأن يكونوا متفهمين في الآن ذاته لنقط الالتقاء والتشابه بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد. من هذا المنطلق، وحيث إن الدول العربية تعتبر جميعها أطرافًا في العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، عليها أن تكيِّف وتلائم قوانينها الموضوعة لتنظيم حرية التعبير على الإنترنت، وعلى الوسائل الإلكترونية الأخرى أن تمتثل للمادة 19 كما هي مفسَّرة من قبل لجنة حقوق الإنسان، وتعمل على تطابق قوانينها مع توجهات، وتوصيات العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية.

هل يمكن الحديث فعلًا عن قانون دولي للإعلام الإلكتروني؟ يشتمل هذا السؤال على كثير من المحاذير، ويستوجب بعض التريث؛ لأن القانون الدولي للإعلام الإلكتروني لم يكتمل بعد وما زالت قواعده في طور الانتشار من خلال الجهاز الاتفاقي، وأحكام القضاء الدولي، واجتهاد الفقهاء. إن ما هو متوفر من قواعد قانونية حتى الآن هو ما نجده مبثوثًا في قوانين الفضاء السيبراني الدولي، أو في بعض القرارات الصادرة عن الأمم المتحدة، وهي ما زالت قليلة، أو في اتفاقية بودابست 2001، أو ما صدر من قرارات عن الجمعية للأمم المتحدة، ومن مجلس حقوق الإنسان حول الإساءة إلى الأديان عبر وسائل الإعلام وبالخصوص الإعلام الإلكتروني، ويعتبر القرار الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة في أبريل/ نيسان 2011 أفصح دليل على ذلك[2].

---

(1) كريمي، المضامين الإعلامية العربية حول الإسلام في ضوء القانون الدولي، مرجع سابق، ص 100-101.

(2) انظر البروتوكول الاختياري الملحق باتفاقية حقوق الطفل سنة 2000 وبالخصوص المادة 2 منه والمادة 3 ولمزيد من التفصيل بهذا الشأن راجع:

كما نجد إشارات قوية في البروتوكولات الملحقة ببعض وثائق الشرعة الدولية لحقوق الإنسان، وعلى الخصوص في البروتوكول الاختياري الملحق باتفاقية حقوق الطفل في سنة 2001، وفيه يتم التأكيد على منع وشجب وتحريم الاستغلال الجنسي للأطفال عبر وسائط الاتصال الإلكترونية بما في ذلك نشر صورهم في أوضاع شاذة، حتى ولو كان ذلك على سبيل المحاكاة[1].

كيف واكبت الدول العربية هذا التطور الذي يجري على الساحة العالمية حول التقنين الدولي للإعلام الإلكتروني؟ وهل يمكن الحديث عن قانون عربي إقليمي للإعلام الإلكتروني على غرار القانون الدولي؟

عناصر من القانون العربي للإعلام الإلكتروني

واكبت الدول العربية بتؤدة وعن كثب التحولات العميقة التي يمر بها القانون الدولي للإعلام التقليدي وقصوره عن تنظيم الإعلام الإلكتروني، كما واكبت النقاشات المتعلقة بضرورة إيجاد قواعد قانونية تنظم تكنولوجيات الإعلام الحديثة. وحيث إن المجموعة العربية قد مسَّها ما مسَّ جل دول العالم من أضرار، ناتجة عن الجرائم والمخالفات المرتكبة بواسطة وسائل الإعلام والاتصال الإلكترونية، وبالخصوص الإنترنت، فإنها قد لجأت إلى وضع قواعد قانونية إقليمية ذات طابع دولي لمحاصرة هذه الجرائم والمخالفات والتعديات، وحصرت ذلك في تقنين أسمته بـ«القانون العربي النموذجي الموحد»[2] في سنة 2004، وأعيد ترديد مضامينه في القوانين العربية الخاصة بمكافحة الجرائم الإلكترونية، كما تجدر الإشارة إلى كيف اهتمت وثيقة البث الإذاعي والتلفزي العربية[3]، الصادر في سنة 2008 عن مؤتمر وزراء

Frank, L'Enfant et les conventions Internationales, 120.

كذلك ماهر جميل أبو خوات، الحماية الدولية لحقوق الطفل، (القاهرة، دار النهضة العربية، 2005)، ص 253.

(1) بيومي حجازي، مكافحة جرائم الكمبيوتر والإنترنت في القانون النموذجي العربي الموحَّد، مرجع سابق، ص 761-771.

(2) فاضل طلال العامري، حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية، (القاهرة، هلا، 2011)، ص 119–131.

(3) «الاتفاقية العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات»، صدرت عن جامعة الدول العربية بتاريخ 21 ديسمبر/ كانون الأول 2010.

الإعلام العرب في وضع بعض أسس قانون عربي للإعلام وفيها إشارات لتنظيم وسائل الإعلام الإلكتروني، وإرساء بعض قواعد القانون العربي للإعلام الإلكتروني، وسوف تتوج هذه الإرهاصات بإصدار أداة اتفاقية جديدة مكملة ومشددة على بعض قواعد هذا القانون وهي اتفاقية «الجريمة الإلكترونية العربية»[1] التي ستكون متأثرة بالتشريعات العربية الداخلية الخاصة بالجرائم الإلكترونية والتي أُشيرَ إلى بعضها سابقًا. شددت هذه القوانين على الجرائم الإلكترونية، وضمنها الجرائم المرتبطة بالإعلام الإلكتروني، في بعض الدول أدرجت ضمن القانون الجنائي التقليدي، وأفردت لها بعض الدول الأخرى إطارًا قانونيًّا خاصًّا بها، وبالاحتفاظ بها كقواعد قانونية مستقلة عن القانون الجنائي.

من هذا المنطلق، يجدر بنا أن نتساءل عن كيف تم الانتقال من قانون الجرائم الإلكترونية إلى وضع قواعد قانونية تنظم الإعلام الإلكتروني، وبالخصوص في ظل التحولات الثورية التي شهدتها بعض الدول العربية -ولا تزال- مع ظهور دساتير جديدة؟ وكيف أن المسار الذي سلكه قانون الجرائم الإلكترونية باعتباره على صلة بالقانون الجنائي، هو نفسه المسار الذي تعرفه علاقة تطور قانون الإعلام الإلكتروني بقانون الإعلام التقليدي؟ بعض الدول أدرجته ضمن التنظيم القانوني الخاص بالصحافة الإلكترونية بينما أجرى بعضها الآخر تعديلات على قانون الإعلام التقليدي لتدمج فيه فصول تهم الصحافة الإلكترونية. لكن كيف تم ذلك؟

جهود تقنين الإعلام الإلكتروني العربي بعد الربيع العربي

حصلت تطورات مسَّت الإطار القانوني للإعلام والاتصال الإلكتروني أثناء وبعد ثورات الربيع العربي، يعود هذا التطور إلى تنامي تأثير الشبكة العنكبوتية ووسائل التواصل الاجتماعي على الرأي العام العربي، وقد رافق ذلك جدل واسع حول مدى مواكبة البحث العلمي الأكاديمي لاستيعاب تطورات هذا الحقل المعرفي الذي يمر بمرحلة تحولات سريعة. لكن ما يثير الاهتمام والانتباه في هذا الصدد هو حصول نوع من التواطؤ بين الباحثين وبين المشتغلين بالإعلام والمشرِّعين، على الاتفاق على حصر اهتمامهم ليس على الإعلام الإلكتروني بمعناه الأكاديمي العلمي أو المهني، بل فقط على المنتديات، وعلى المدونات كآليات للإعلام الجديد، وتم التركيز على الجانب القانوني لهذه الأدوات التي أصبحت إلى حد ما قديمة ومتجاوَزَة؛ إذ إنها تُعَبِّر عما كان سائدًا في منتصف تسعينات القرن المنصرم وبداية العشرية الأولى من الألفية

(1) نموذج الدستور المصري لسنة 2014 وخاصة المادة 70 منه.

الثالثة. كان التنظيم القانوني لتكنولوجيات الإعلام مهتمًا بما قد يُرتكب من جرائم بواسطتها، بينما اليوم هناك حاجة قوية وملحّة إلى وضع قواعد خاصة بالإعلام الإلكتروني المهني.

إلى أي حد يمكن اعتبار ما جاء في التشريعات العربية المنظمة للجريمة الإلكترونية كبدايات لتنظيم مجال الإعلام الرقمي، وتجاوز فكرة كون هذا الأخير منفلتًا من أي تنظيم، ومن التعرض لأي عقاب، وهو مجال للحرية المطلقة؟

بدأت الدول العربية تنتبه لمخاطر الجريمة المعلوماتية فصارت تُصدر تشريعات لمواجهتها، تم ذلك بعد وحتى قبل صدور القانون العربي النموذجي الموحد سنة 2004، وقبل إبرام الاتفاقية العربية لمواجهة الجريمة الإلكترونية في سنة 2010، واتبعت في ذلك طرقًا مختلفة؛ حيث إن بعضها وضع قانونًا خاصًّا بجرائم تقنيات المعلومات مثل الإمارات العربية في سنة 2006 وقبلها، أصدرت المملكة العربية السعودية قانونًا جديدًا لمكافحة الجرائم الإرهابية، وجرائم التشهير بالآخرين، وجرائم الابتزاز، وإساءة استخدام كاميرات الهواتف المحمولة كالتقاط الصور دون تصريح، وقد دققت العربية السعودية قانونها السابق بقانون آخر يحمل اسم «نظام مكافحة جرائم المعلوماتية السعودي». كما أن دولًا أخرى عربية سعت إلى تنظيم الرقمي وما ينشأ عنه من جرائم، ضمنها المغرب الذي أدخله في إطار القانون الجنائي منذ 2004، وأكمله بإصدار قانون جديد للإعلام والاتصال أدمج فيه تنظيم الإعلام الإلكتروني سنة 2016.

بدأت الدول العربية شيئًا فشيئًا تهتم بتنظيم الإعلام الإلكتروني، وتأطيره بقواعد قانونية مدمجة في قانون الإعلام والاتصال أو بقواعد خاصة بالإعلام الإلكتروني، وقد سارت في هذا الاتجاه جل الدول العربية بعد الربيع العربي 2011.

2. تقنين الصحافة الإلكترونية: نماذج من الدول العربية

يعيش الإعلام العربي بفضل تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال تحولات ناتجة عن التجاذبات التي عرفتها العقود الثلاثة الماضية، والتي كان من أبرز ملامحها ظهور شبكة الإنترنت كأداة اتصال تفاعلية، يسّرت الوصول إلى المعلومات بسرعة لا نظير لها، وعملت على نشرها وتداولها بصورة لم يسبق لها مثيل في تاريخ الإعلام خلال العصر الحديث، ونظرًا للأهمية متعددة الأبعاد التي أتاحتها شبكة الإنترنت أضحت استخداماتها المختلفة، الإعلامية

على الخصوص، تُمثِّل أحد أبرز تطبيقاتها المعاصرة فتسابقت المؤسسات الإعلامية ومعها الأفراد إلى استغلال هذا المورد الاتصالي في نشر وتبادل المعلومات، وهذا ما أدى إلى إفراز أنماط إعلامية جديدة، مشخصة في الصحافة الإلكترونية أو صحافة الإنترنت. وهكذا، انطلاقًا من هذا الواقع، وجب التأكيد أنه على الرغم من كون المشهد الإعلامي العربي لا يعكس نضجًا ملموسًا في هذا المجال، إلا أن هناك ملامح ازدهار للصحافة والإعلام الإلكتروني. ويتجلى ذلك بوضوح من خلال انتشار البوابات الإخبارية والصحف الإلكترونية، والمدونات الإعلامية باللغة العربية، في المغرب ومصر، والإمارات والسعودية والجزائر وتونس...إلخ. يدل هذا على وجود صحافة رقمية حقيقية تنافس بشراسة الصحافة التقليدية، ما استدعى ضرورة طرح قضية التنظيم القانوني للصحافة الرقمية العربية، وكيف تعاملت الدول العربية معه.

ظهرت بعد الربيع العربي جهود معتبرة تضع أسسًا جديدة لتقنين الإعلام الإلكتروني وهي جهود ليست كالتي كانت قائمة فيما مضى. إن القوانين الجديدة هي إما مستقلة وخاصة بالصحافة الإلكترونية، أو قوانين جديدة شاملة للصحافة والنشر عمومًا، مع إيراد تفصيلات وتدقيقات خاصة بالإعلام الإلكتروني، سيظهر هذا التوجه في مختلف الدول العربية بعد 2011 من تونس ومصر، ومن الأردن فالمغرب والجزائر والكويت...إلخ. ففي بعض هذه الدول تمت دَسْتَرَة الإعلام الإلكتروني بالنص عليه في صلب دساتير الموجة الدستورية الجديدة لما بعد الربيع العربي[1]، بينما في بعضها الآخر، تم الاكتفاء بالإشارة إلى حرية التعبير وحرية الإعلام، والحق في الإعلام والوصول إلى المعلومة[2].

وسوف نحاول استعراض نماذج من التشريعات الإعلامية الجديدة، وكيف تناولت الإعلام الإلكتروني على النحو الآتي:

1.2. النظام القانوني للإعلام الإلكتروني في الدول التي مرت بحالة الثورة

نركز في هذا السياق على تجربتي مصر وتونس باعتبار أن البلدين عاشا معًا أحداثًا ثورية قادت إلى تغيير نظام الحكم فيهما، وتم وضع دستور جديد يساير التغيير الثوري الذي مرَّ

(1) نماذج: الدستور المغربي لسنة 2011 والدستور الجزائري والدستور التونسي...إلخ.

(2) Perrine Canavagio et Alexandra Balafrej, Vers un droit d’accès à l’information public au Maroc (UNESCO, 2011), 17-133.

به هذان البلدان، ولعل النموذجين (التونسي والمصري) كانا بارزين، ففيهما بُذِل الكثير من الجهد والوقت وأيضًا من المحاولات السابقة على النص الدستوري، عبَّدت كلها الطريق أمام مبادرات تقنين الصحافة الإلكترونية.

أ- التجربة المصرية

إذا نحن دققنا النظر في التجربة المصرية فسنجد أن هناك جهودًا كثيرة قد بُذلت قبل الثورة وبعدها، من أجل التنصيص الدستوري على تقنين الإعلام الإلكتروني، يرجع الفضل فيها إلى ما لعبه الاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية منذ مارس/ آذار سنة 2010 قبل الثورة. فانطلاقًا من التاريخ المشار إليه شدَّد الاتحاد على وضع ميثاق شرف مهني للعاملين في مجال الإعلام الإلكتروني على الصعيد العربي، وضمنهم الصحفيون الإلكترونيون المصريون، ويمكن أن نضيف إلى ذلك، الجهود والدور الذي لعبته نقابة الصحفيين الإلكترونيين منذ 2011، فإذا كانت هذه الجهود قد ساعدت على ضرورة تنظيم النشر الإلكتروني على مستوى النص الدستوري، فإن بعضها أسهم أيضًا في وضع الأفكار المؤطرة لوضع القانون المنظم للصحافة الإلكترونية، وضمنها مواقع التواصل الاجتماعي التي لعبت دورًا مهمًّا في إنجاح الثورة، وتكثيف الاتصال بين شبابها في مختلف الدول العربية التي عاشت حالة الحراك[1].

ولوحظ كيف عملت مثلًا نقابة الصحفيين الإلكترونيين التي وُلدت من رحم الثورة، على وضع مسودة مشروع قانون عُرض على المجلس العسكري في «مؤتمر الإعلام والتحدي والريادة» الذي انعقد في 8 يونيو/ حزيران 2011، وصدرت عنه توصية تشدد على واجب تنظيم مزاولة نشاط النشر الإلكتروني، كما شددت على ضرورة حماية المجتمع من الممارسات الخاطئة، وأكدت على حقوق وواجبات العاملين في مجال النشر الإلكتروني، وعلى ضمان حماية الملكية الفكرية الإلكترونية للأشخاص، وحفظ حق المجتمع. ونظرًا لحصول تطورات سياسية بالخصوص بعد إجراء الانتخابات البرلمانية، تم سحب ذاك القانون من البرلمان من طرف النقابة مخافة إفراغه من محتواه التقدمي بفعل التعديلات التي ستُدخلها عليه الأغلبية البرلمانية (الإخوان المسلمون، والسلفيون). على الرغم من أن الانتخابات التشريعية قد مرَّت

---

(1) Typhaine Lanuel et Zoé Simon, Mathieu payet, “Approche de droit comparé sur les réseaux sociaux” (Rapport pour la table ronde, quels droits pour les réseaux sociaux, Faculté de droit- AïxMarseille, février 20, 2014), 9-40.

بنزاهة، وتم الاحتكام بشكل ديمقراطي إلى صناديق الاقتراع، إلا أنه كان هناك تخوف من أن يتم التضييق على هامش حرية الإعلام الإلكتروني عند عرض مسودة هذا القانون على البرلمان.

تجدر الإشارة إلى كون مسار ما بعد يونيو/ حزيران 2013 قد أفسح المجال أمام تطورات جديدة، ومن أهمها: إعادة النظر في الدستور، ومن بين البنود التي طالها التغيير المادة 48 من دستور 2011، وكان الهدف من ذلك وضع أساس دستوري لكي يتم التمييز بين مختلف الدعامات الإعلامية، من سمعي بصري إلى إعلام ورقي، فإعلام إلكتروني، وهكذا، فإن المادة 70 من الدستور الذي تم إقراره في يناير/ كانون الثاني 2014 عبر استفتاء شعبي تنص على أن «حرية الصحافة والطباعة والنشر الورقي والمرئي والمسموع والإلكتروني مكفولة للمصريين، من أشخاص طبيعية أو اعتبارية عامة أو خاصة، وحق ملكية وإصدار الصحف، وإنشاء وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، ووسائط الإعلام الرقمي. وتصدر الصحف بمجرد الإخطار على النحو الذي ينظمه القانون. وينظم القانون إجراءات إنشاء وتملك محطات البث الإذاعي والمرئي والصحف الإلكترونية».

يتضح من خلال نص هذه المادة أنها وضعت المبادئ الكبرى التي تحكم تنظيم الإعلام الإلكتروني بما في ذلك مسألة الإخطار عوض الترخيص، وهذا أمر مهم جدًّا في إقرار حرية الإعلام الإلكتروني. وتهدف المادة 70 من الدستور المصري المشار إليها إلى استعراض أنواع الدعامات الإعلامية وتصنيفها، وحصرها وتعدادها من ورقية وسمعية بصرية وإلكترونية، وتؤكد على ضرورة إخراج قانون ينظم إصدار الصحف الإلكترونية وتملكها.

سوف يكون للنقاش الذي أعقب وضع هذه المادة من دستور 2014 تداعيات على تصورات وتقديرات وحتى تحليلات الأكاديميين والقانونيين ليس داخل مصر فحسب، بل على المستوى العربي عمومًا، وسرعان ما ستكون للتجربة المصرية منذ 2010 بعض التأثير على المشرعين العرب، ويرجع ذلك إلى كون الإعلام الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي تحكمها ذات الإكراهات، وتعترضها نفس الصعوبات والتحديات.

إذا كان ذلك كذلك على المستوى المصري بعد الثورة، فإن هناك تجارب عربية أخرى مشابهة للتجربة المصرية على الأقل من حيث طبيعة الشرط السياسي الذي وُلدت فيه، وهو شرط الثورة، ولعل التجربة التونسية لها دلالتها في هذا المقام.

ب- التجربة التونسية

حرَّكت تونس الغضب الثوري العربي بسبب القمع الشرس الذي تجاوز كل الحدود، فكبلت حرية التعبير والإعلام بموجب قانون 1975 وحتى بموجب قانون 1989، فإذا كان الإعلام الإلكتروني ظاهرة جديدة، فهل كان ممكنًا أن يُطرح موضوعه للنقاش عند صياغة الدستور الجديد إثر الثورة، تحت ستار تبنِّي المجلس التأسيسي المنتخب وضع مسودة للدستور مسايرة للتطور التكنولوجي على المستوى القانوني انسجامًا مع مرحلة التحول الديمقراطي، ويكون بذلك ساعيًا إلى تبني قوانين حديثة لحماية حرية التعبير، تأخذ بعين الاعتبار التقنيات المعلوماتية والاتصالات الجديدة، خاصة حرية الإنترنت وحرية الإعلام الإلكتروني[1].

الملاحظ في تونس بعد الثورة أن حرية التعبير بواسطة مختلف الدعامات السمعية البصرية والورقية قد تنامت وتطورت وازدادت ومعها حرية الإنترنت، والإعلام الإلكتروني، ولكن مقابل ذلك ما زالت القواعد القانونية ذات الطابع الزجري التعسفي قائمة في صلب قانون الصحافة والنشر التونسي لسنة 2011.

كان من المفروض أن يتضمن الدستور التونسي الجديد إشارة إلى حرية الإعلام الإلكتروني كما فعل الدستور المصري عند حديثه عن حرية الإعلام، كما كان على القانون الجديد المنظم للإعلام أن يهتم أكثر بالإعلام الإلكتروني، لكنه أغفل ذلك وصار على النهج الذي اتبعه التشريع المغربي لسنة 2002 حيث اكتفى بالإشارة إلى تطبيق ما يحكم الإعلام الورقي، على الإعلام الإلكتروني بشكل غير واضح يحتمل مختلف التأويلات. وعند إشارته إلى الإعلام الإلكتروني في علاقته بالإعلام التقليدي، حاول أن يساوي بينهما فيما يرتكب من جرائم وجنح مشدِّدًا على عبارة «... أو بكل وسيلة إلكترونية».

المعضلة أن القانون لم ينص على كيفية إصدار الجرائد الإلكترونية والجهة التي يُقدَّم لها التصريح، وقد يكون غياب النص القانوني من هذا القبيل سببًا معرقلًا لإصدار الصحف الإلكترونية، على اعتبار أن الجهة المختصة لتلقى التصاريح لم يُشَر إليها في نص القانون. من هنا، يمكن للقضاء أن يرفض تلقي التصريح كما حدث ويحدث في المغرب خلال الفترة الممتدة بين 2002 و2013.

لم يهتم إذن قانون الإعلام التونسي، أي «مجلة الصحافة والطباعة والنشر في 2 نوفمبر/

---

(1) الجموسي، مدخل إلى قانون الإنترنت والملتيميديا، مرجع سابق، ص 138-143.

تشرين الثاني 2011»، بالصحافة الإلكترونية إلا لمامًا. من هنا، يكون التنظيم القانوني للإعلام الإلكتروني مشابهًا لتنظيمه في المغرب وفقًا للقانون الصادر في أكتوبر/ تشرين الأول 2002، والذي استمر العمل بها صيف 2016.

ينص قانون الصحافة التونسي الجديد في فصله السابع عند حديثه عن الصحفي المحترف على أنه «هو ذاك الذي يشتغل في صحيفة أو مؤسسة أو عدة مؤسسات للإعلام السمعي البصري أو للإعلام الإلكتروني» كما يشير إلى الإعلام الإلكتروني في الباب المتعلق بالجرائم المرتكبة بواسطة الصحافة، أو بأية وسيلة من وسائل النشر التي تشتمل الوسائل الإلكترونية، ففي الفصل 50 وهو مشابه تمامًا للمادة 38 من قانون الإعلام المغربي 2002، من حيث النص على التحريض على ارتكاب الجرائم بواسطة المنشورات أو المطبوعات والمنقوشات أو الإعلانات المعروضة على أنظار العموم، أو بأية وسيلة من وسائل الإعلام السمعي البصري أو الإلكتروني. هناك تطابق مع نص المادة 38 من القانون المغربي الذي حل محله قانون 2016.

كما ترد الإشارة إلى الوسائل الإلكترونية في الفصل 55 عند الحديث عن الجنح ضد الأشخاص «... فحوى العبارات الواردة في الخطب والنداءات والتهديدات أو الكتابات والمطبوعات أو المعلقات أو الرسوم أو الإعلانات أو المنشورات الإلكترونية».

إذا كان قانون الطباعة والنشر قد تناول الإعلام الإلكتروني، بعد الثورة بنوع من الحذر فيجب التأكيد على أن تونس عرفت الإنترنت مند العشرية الأخيرة من القرن المنصرم وأصدرت قوانين لتنظيمه، تيسيرًا لتداول المعلومات. في سنة 1997، صدر الأمر 501 بتاريخ 14 مارس/ آذار 1997 المتعلق بالخدمات ذات القيمة المضافة للاتصالات، يؤكد فصله الأول على: «... إنتاج وتقديم وتوزيع وإيواء المعلومات في إطار وضع واستغلال الخدمات ذات القيمة المضافة للاتصالات مع الخضوع لقانون الصحافة وللقانون المتعلق بالملكية الأدبية»[1]، وتعني هذه الفقرة أن محتوى الشبكة يخضع لقانون الصحافة عدد 32 لسنة 1975 ولجميع النصوص والتنقيحات التي تلته[2].

يحيل هذا القانون على قانون الإعلام والاتصال التونسي من حيث الجرائم والمخالفات التي يتم ارتكابها بواسطة وسائل الإعلام الإلكتروني، مثل التحريض على ارتكاب الجنايات

---

(1) المرجع السابق، ص 139-140.

(2) المرجع السابق، ص 149.

والجنح، كالجنح المرتكبة ضد النظام العام[1]، أو الجنح المرتكبة ضد الأشخاص[2]، أو الجنح المرتكبة ضد رؤساء الدول والدبلوماسيين الأجانب[3]، أو الجنح المتعلقة بالاعتداء على النظام العام وعلى أمن الدولة الداخلي والخارجي. ويتم التشديد على الاعتداءات على النظام العام بواسطة وسائل الإعلام الإلكتروني عند الرجوع إلى المجلة الجزائية[4]، التي تطبق على النشر الإلكتروني عبر الإنترنت وعبر الإنتاج المتعدد الوسائط (الملتيميديا). وهكذا، فإن هذا القانون قد يُطبَّق على مستعملي الإنترنت ومنتجي الملتيميديا إذا استخدموا هذه الوسائل في الاعتداء على النظام العام، والحياة الخصوصية للآخرين، والحث على الكراهية، والدعوة إلى الإرهاب، وإلى العنصرية والإشادة بالحروب وإلى دعارة الأطفال، وعلى العموم كل ما هو منصوص عليه في اتفاقية بودابست لسنة [5]2001، والبروتوكول الإضافي الملحق بها والمكمل لها، وفيه تمت الإشارة إلى تجريم أعمال التمييز العنصري، وكره الأجانب، والتمييز الديني والعرقي، وجرائم الإبادة ضد الإنسانية[6]، المرتكبة بواسطة أنظمة الحاسوب. ويبدو أن هذه المعاهدة والبروتوكول الملحق بها يشكلان أهم الوثائق الدولية المنظِّمة لجرائم الفضاء السيبراني، وهو ما أثَّر ويؤثِّر على التشريعات الإعلامية للدول العربية، وضمنها التشريع الأردني، وتشريعات كافة الدول العربية التي لم تحدث فيها تغيرات بفعل ثورات الربيع العربي بشكل مباشر، بل بشكل غير مباشر، وضمن هذه المجموعة: الكويت، والمغرب، والجزائر، والأردن.

---

(1) المرجع السابق، ص 150.

(2) Pierre luc Lusseault, “Protection de la vie privée et médias sociaux à l’ère des megadonnées,” (Rapport pour la 41eme législature, premier session, Avril 2013), 43-48.

(3) Ibid, 24-29.
Hervé Bonnard, “la répression de la cybercriminalité,” Cahiers de droit de l’entreprise (2002): 35.

(4) ELShazly, “les droits de l’homme a l’épreuve de l’internet”, 23-28.

(5) سوسن زيادة، «ترخيص المواقع الإخبارية، قيود قانونية وتشوهات بنيوية»، موقع حبر، 3 نوفمبر/ تشرين الثاني 2014، (تاريخ الدخول: 5 أبريل/ نيسان 2018)، https: / /bit.ly /2qScDRt.

(6) هناك غرفتان في محكمتين، هما: المحكمة الابتدائية بالدار البيضاء، وغرفة في المحكمة الابتدائية بالرباط، كان مطلب إحداث الغرف للبث في قضايا الإعلام مطروحًا منذ وقت طويل من قبل الفاعلين الحقوقيين والإعلاميين.

2.2. تقنين الإعلام الإلكتروني في الدول العربية الأخرى بعد الثورة

أ- الأردن وتقنين الصحافة الإلكترونية

طالت موجة تقنين الإعلام الإلكتروني مجموعة من الدول المشرقية، وعلى رأسها الأردن، إثر أحداث الربيع العربي، فأدخلت تعديلات على قانون المطبوعات والنشر في سنة 2012. أدمجت هذه التعديلات القانون رقم 8 لسنة 1998، الذي يشار إليه بالقانون الأصلي، فأعطانا قانونًا جديدًا منقحًا، أُدمجت فيه قضايا تنظيم وسائل الإعلام الإلكتروني، لكن هذا التعديل وردت به قيود قانونية، وتشوهات بنيوية، لذلك سجل عليه الفاعلون في الإعلام الإلكتروني عدة مؤاخذات على رأسها أنه وُضع دون استشارتهم أو استشارة من يمثلهم، وأنه وُضع دون مراعاة تكييفه مع القوانين الأخرى الداخلية، وقد خالفت هذه التعديلات بنود الدستور والمعاهدات الدولية، بفرضها مزيدًا من القيود على حرية الإعلام والتعبير عبر الإنترنت[1].

بدأت فكرة هذه التعديلات تتبلور منذ أن أصدرت محكمة التمييز قرارًا في سنة 2010، يؤكد على إخضاع المواقع الإلكترونية لقانون المطبوعات والنشر. التقطت الحكومة هذه الإشارة فأصدرت مشروع قانون عرضته على البرلمان، حدَّد وعرَّف المطبوعة الإلكترونية على النحو الآتي: «... هي كل وسيلة نشر دوِّنت فيها المعاني، والكلمات والأفكار بأي طريقة من الطرق بما فيها الوسائل الإلكترونية أو الرقمية أو التقنية»، وعُرِّفت المطبوعة الإلكترونية بأنها «...موقع إلكتروني له عنوان إلكتروني محدد على الشبكة المعلوماتية، يقدم خدمات للنشر، بما فيها الأخبار والتقارير، والتحقيقات، والمقالات، والتعليقات، ويختار التسجيل في سجل خاص ينشأ بموجب تعليمات يصدرها الوزير لهذه الغاية». وقد أضيفت في تعديل 2011 المادة 49 وهي تنص على «لا تستفيد المطبوعة الإلكترونية، ومالكها وناشرها وكاتبها، وصحفيوها والعاملون فيها من مزايا هذا القانون، ما لم تكن مرخصة ومسجلة وفقًا لأحكامه».

ومن المعلوم أن تعديلًا آخر قد أُدخل على هذا القانون، في سنة 2012، أكد على «التسجيل الاختياري» الذي حل محل «الترخيص الإلزامي»، والتشديد على «الحجب» بالنسبة للمواقع الإلكترونية غير المرخصة. ويتضح من هذا أن الحكومة بإمكانها أن تلجأ إلى حجب المواقع الإلكترونية حتى وإن لم يكن هناك حكم قضائي، وهذا يجعلها خصماً وحكماً في الآن ذاته. لكن أُدخل تعديل جديد على المادة 49 في سنة 2013 يتعلق بإسناد قرار الحجب إلى القضاء أي

---

(1) latifa Echerki, "le statut de la presse écrite: contraintes légales et structurelles et tentatives de réforme" (Mémoire de fin d'étude ISIC, 2007-2008), 52.

أن يتم وفق «مقرر قضائي» فأبقى على حجب المواقع غير المرخص لها.

من محاسن القانون الأردني الجديد أنه جاء بشيء جديد طالما تمت المناداة به على صعيد النظام الإقليمي العربي من طرف مهنيي الإعلام، ويتعلق الأمر بمقتضى إحداث غرف قضائية متخصصة تتولى النظر في قضايا المطبوعات والنشر بشقيها الجزائي (جرائم النشر) والمدني (دعوى التعويض المدني) وهذا الإجراء قد بدأ تطبيقه مؤخرًا في المغرب وذلك بإحداث غرف متخصصة بالبت في قضايا الإعلام[1]. تكمن أهمية هذا المقتضى في إسناد البث في أمور الإعلام إلى قضاة متخصصين في شؤون الإعلام، يفهمون ويستوعبون طبيعة العمل الإعلامي ومشكلاته، وصعوباته ويدركون أن احتمالات الخطأ فيه كبيرة.

لقد استخدم القانون الأردني لفظة المطبوعة الإلكترونية في المادة 49، وفي المادة 2 واعتبرتها هذه الأخيرة بكونها «... عبارة عن موقع إلكتروني له عنوان إلكتروني محدد على الشبكة المعلوماتية يقدم خدمات للنشر....». إن هذا التعريف عام ويشمل جميع المواقع الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت بغض النظر عن مصدرها، ونوعها وحتى شكلها، ولغتها، وهذا سيجعل هذه المواقع مثل غوغل، ياهو، فايسبوك، يوتيوب... إلخ، وفقًا لهذا القانون وأحكامه ملزمة بالحصول على ترخيص من دائرة المطبوعات والنشر، وهذا أمر يستحيل تطبيقه، بل إن النص إياه غير قابل للتطبيق على أرض الواقع من عدة وجوه، فالقانون وفق للمادة 13 منه يشترط لمنح التراخيص لإصدار المطبوعة أن يتم تسجيلها كشركة وفقًا لأحكام قانون الشركات المطبق في الأردن، وذاك يعني أن جميع المواقع الإلكترونية التي تقدم الأخبار مجبرة على التسجيل كشركة في الأردن وفقًا لأحكام الشركات في القانون الأردني، وهذا غير قابل للتطبيق. ويعتبر هذا القانون أن مكان مشاهدة المواقع الإخبارية الإلكترونية هو مكان طبعها وصدورها، ولم يأخذ بعين الاعتبار من أين تمنح المساحة الافتراضية للموقع الإلكتروني على الإنترنت، وما هي الجهات أو الشركات الدولية التي تملك مساحة على شبكة المعلومات الدولية «الإنترنت» وتمنح تلك المساحة الافتراضية، وكيف يتم ذلك.

هناك إشكال آخر، وقع فيه المشرِّع الأردني وربما جل المشرعين العرب؛ إذ اعتبروا المطبوعة الإلكترونية شخصية اعتبارية مثلها مثل سائر المطبوعات الدورية، مع العلم بأنها ليست كذلك، بل هي إحدى الخدمات التي تقدمها الإنترنت، والإنترنت كما هو معلوم هو عبارة

(1) "قانون الإعلام الإلكتروني الجديد"، كاظمة، بدون تاريخ، (تاريخ الدخول: 5 أبريل/ نيسان 2018)، https://bit.ly/2zfYJgK.

عن شبكة معلومات دولية (فضاء افتراضي) لا يمكن لا تقنيًا ولا قانونيًا إخضاعه لقواعد الترخيص في أية دولة في العالم.

إن النص القانوني سواء في الأردن أو في الدول العربية التي حذت حذوه، يعتبر مخالفًا لنص أعلى موجود في الدستور الأردني كما في دساتير كل الدول العربية التي تتمسك بالترخيص، وهو النص الخاص بحرية التعبير، وعلى حرية الإعلام والصحافة، والتي من بين أركانها عدم فرض أية قيود على إنشاء وصدور الجرائد والمواقع الإلكترونية، وممارسة العمل الإعلامي على العموم. إن الترخيص المسبق يعتبر قيدًا على حرية الصحافة وحرية الرأي والتعبير، فالسائد اليوم على المستوى الدولي، هو الاتجاه نحو التصريح والإخطار عوض الترخيص، وذلك تمشيًا مع المادة 19 من العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية الذي صادق عليه الأردن وصار ملتزمًا به.

كيف تعاملت التشريعات العربية الأخرى بالخصوص: الكويتية والجزائرية والمغربية مع الإعلام الإلكتروني، وإنشاء المواقع الإعلامية الإلكترونية؟ هل أفردت لذلك قانونًا خاصًّا أم أنها أدرجت تنظيم الإعلام الإلكتروني في قانون الإعلام التقليدي؟

إذا كانت التجربة التونسية الجديدة في مجال تنظيم الإعلام وتقنينه بصفة عامة ذات أهمية مقارنة بتجربتي 1975 و1989، فإن هناك تجربتين مغاربيتين تجدر الإشارة إليهما، دون تفصيل في محتواهما، وهما تجربتا المغرب والجزائر.

ب- التجربة المغربية والجزائرية

تعاملت التجربة المغربية مع الإعلام الإلكتروني بحذر كبير باستخدامها لتلك العبارة الخجولة والهزيلة «... أو بكل وسيلة إلكترونية» الواردة في قانون أكتوبر/ تشرين الأول 2002، غير أنه اليوم حصل تطور في القانون الجديد للإعلام الذي صدر في شهر أغسطس/ آب 2016 بعد أن تمت مناقشته داخل البرلمان؛ حيث إنه بعد مروره عبر عدة قنوات من النقاش المستفيض، وبعد أن استوفى ما يلزم من إجراءات أدمج في صلب هذا القانون الجديد تنظيم الصحافة الإلكترونية، بشكل صريح وواضح، فاعتبرت تبعًا له الصحف الإلكترونية مثلها مثل الصحف الورقية، وبذلك فإن ما ينطبق على النشر الورقي ينطبق على النشر الإلكتروني.

نشأت فكرة إعادة النظر في قانون الإعلام في المغرب مباشرة بعد صدور قانون 2002 الذي

رأى فيه الفاعلون الإعلاميون والحقوقيون استمرارًا للتشريع الجنائي للإعلام؛ إذ يكرس العقوبات السالبة للحرية، ولا يهتم بالصحافة الإلكترونية، لذلك توالت المطالب والنداءات من أجل إعادة النظر فيه منذ سنة 2002. لقد لعب الحراك العربي، وحركة 20 فبراير/ شباط دورًا أساسيًّا في الرفع من منسوب تلك المطالب، وهكذا في أكتوبر/ تشرين الأول 2012، تم تعيين لجنة استشارية علمية مكونة من تسعة خبراء، وضعوا المسودة الأولية لمشروع القانون الجديد، مستحضرين المعايير الدولية لحرية الرأي والتعبير ومبادئ القانون الدولي لحقوق الإنسان وقرارات الأمم المتحدة، وبالخصوص القرار الخاص بإلغاء العقوبات السالبة للحرية في قضايا النشر لسنة 2000 والقرار الخاص بعدم الإساءة إلى الأديان وبالخصوص الديانة الإسلامية لسنة 2011. كما تم استحضار توصيات المناظرة الأولى للإعلام، المنظمة في ربيع 1993 بالرباط، وكل الاتفاقيات التي صادق عليها المغرب ودخل طرفًا فيها، بالإضافة الى أحكام دستور 2011-، كما استحضروا اتفاقية الجرائم الإلكترونية لسنة 2001، والبروتوكول الاختياري الملحق بها في سنة 2003، والبروتكول الملحق باتفاقية حقوق الطفل في سنة 2001. كما استحضروا القانون الاسترشادي العربي الموحد لسنة 2004، والاتفاقية العربية للجريمة الإلكترونية لسنة 2010.

أما الجزائر، فبعد إعادة النظر في قانون إعلامها لسنة 1990، وضعت قانونًا جديدًا في 11 يناير/ كانون الثاني 2012، ضمَّنته الصحافة الإلكترونية التي لم تعرها أي اهتمام في قانون 1990، وقد وردت الصحافة الإلكترونية في هذا القانون دون تفصيل إذا ما قورنت بمشروع القانون المغربي. خصص القانون الجزائري، الباب الخامس، لوسائل الإعلام الإلكتروني، التي نظمت بموجب الفصول الآتية: 67-68-69-70-71-72.

إذن كان قانون 1990 ينص على تقديم التصريح الخاص بإصدار الجريدة الورقية إلى الجهاز القضائي، أي إلى المحكمة الابتدائية التي يوجد مقر الجريدة تحت ولاية نفوذها القضائي، وهو ذات الأمر المطبق في المغرب منذ 15 نوفمبر/ تشرين الثاني 1958 إلى 1973 و2002، وتم التأكيد عليه في القانون الجديد لسنة 2016، لكن الأمر مخالف لذلك في نص القانون الجزائري الجديد لسنة 2012؛ إذ إن هذا الأخير ينص على كون تصريح إصدار الصحيفة الورقية يُقَدَّم إلى سلطة ضبط الصحافة المكتوبة، وهو بدون شك ما يجب أن تخضع له الصحيفة أو الموقع الإخباري الإلكتروني.

ج- التنظيم القانوني للإعلام الإلكتروني في الكويت

لم تخرج التجربة الكويتية في تنظيمها للصحافة الإلكترونية عن تجربة بقية الدول العربية؛ ففي الكويت أكد القانون المتعلق بالإعلام الموحد على أن من أهدافه دعم وتعزيز الحريات الإعلامية، ووضع قانون يلم شتات القوانين والقرارات الوزارية المبعثرة الخاصة بالمطبوعات، وبالإعلام المسموع والمرئي وبكافة الأنشطة الإعلامية في قانون واحد وموحد، أي في إطار مدونة للإعلام التي تشتمل على قانون المطبوعات والنشر لسنة 2006 وقانون الإعلام المرئي والمسموع لسنة 2007، مضافًا إليه قانون الإعلام الإلكتروني، من قنوات إلكترونية ومواقع، ووكالات للأنباء.

لقد تضمن هذا القانون عقوبات بالحبس في حال المساس بالذات الإلهية أو القرآن الكريم، أو الأنبياء والرسل، أو الصحافة، أو زوجات الرسول، وآل البيت، كما منع التعرض لشخص أمير البلاد وولي العهد، أو نسب أقوال وأفعال لهما بغير إذن مكتوب من الديوان الأميري، أو ديوان ولي العهد، ورتب على ذلك غرامات مالية لا تقل عن 50 ألف دينار ولا تزيد على 300 ألف دينار كويتي، وتعرَّض ذات القانون إلى منع تحقير الأديان أو الإساءة إليها، كما منع المساس بالحياة الخاصة للموظف العام أو المكلف بخدمة عامة، أو نسب أقوال وأفعال عارية من الصحة له، أو تنطوي على تجريح لشخصه، أو الإساءة إليه.

وأعطى هذا القانون وزارة الإعلام صلاحية الإغلاق الإداري لمعظم الأنشطة الإعلامية، كما أعطاها صلاحية وقف أو حجب أي محتوى أو برنامج، وتضمن الفصل 9 منه «الإعلام الإلكتروني وضوابط استخدام وسائل الاتصال الاجتماعي»، وبموجبه يصبح من الواجب الحصول على ترخيص مسبق لإنشاء أي موقع إعلامي إلكتروني أو أي دعاية أو إعلان إلكتروني، مع اشتراط تعيين مدير كويتي يكون مسؤولًا عن المحتوى.

وُجِّهت انتقادات كثيرة لهذا القانون باعتباره يخالف مقتضيات المادة 37 من الدستور الكويتي التي تؤكد على حرية الطباعة والنشر. كما يتعارض مع المادة 18 و36 من الدستور، بل إن قانون الإعلام الإلكتروني في صيغته هذه يؤشر على تراجع الحريات، وعلى التناقض الواضح مع المعايير الدولية لحرية الإعلام، وهو في النهاية مكمم للأفواه، ومتناقض مع الدستور، ثم إنه يتعارض مع حرية فضاء الإنترنت بتأكيده على تكاليف باهظة لاستصدار تراخيص إنشاء المواقع الإلكترونية.

إن القانون إياه لم ينص صراحة على كونه يشتمل على المدونات الشخصية التي قد تتضمن أخبارًا، ومقالات شخصية لصاحب المدونة، أو مقالات ينقلها عن غيره، لكن مع ذلك فإنه في باب التعاريف يشير بوضوح للمدونات، ففي المادة 1 يعرف كلًّا من النشر الإلكتروني، والموقع الإلكتروني ... ويبدو من خلال هذا النص أن المدونات الشخصية مشمولة بأحكام هذا القانون، وهذا فيه تعارض مع الدستور، ومع الإعلان العالمي لحقوق الإنسان وكل مواثيق الشرعة الدولية لحقوق الإنسان التي تؤكد على حرية الرأي والتعبير. إن حرية التعبير وفقًا لهذه الوثائق مكفولة للأفراد ولا يجوز أن يفرض على أي فرد أن يستأذن الحكومة قبل أن يصدر مدونته الشخصية وإن تضمنت أخبارًا ومقالات لغيره.

وترمي المادة 7 من ذات القانون المسؤولية على كاهل المسؤول عن الموقع الإلكتروني حول كل ما ينشر في هذا الموقع. أليس من الأجدر بالقانون أن يرمي هذه المسؤولية على صاحب المقال أو الجهة التي صدر عنها البيان؛ إذ كيف يمكن أن يتحمل صاحب الموقع مسؤولية المخالفة، وهي لم تصدر عنه بل صدرت عن الغير؟ ثم إن المادة 17 من قانون الإعلام الالكتروني تساوي بين الإعلام الإلكتروني والإعلام المطبوع حين تجعل المحظور واحدًا في الحالتين رغم الاختلاف الكبير بينهما، من حيث طرق تناول المواضيع وصياغتها، أليس في ذلك ما من شأنه إلغاء قدرة الإعلام الإلكتروني على التأثير اللحظي؟ يتضح من خلال ما جاء به المشرع الكويتي من قواعد ومبادئ لتنظيم الصحافة الإلكترونية مدى تأثره بالتطور الذي عرفته هذه الصحافة بصورة عامة على الصعيد العربي، فالتشريع الكويتي -كما بقية التشريعات العربية الأخرى ذات الصلة بالإعلام الإلكتروني- تتأثر بشروط تطور تكنولوجيات الإعلام الحديثة، وتتأثر في الآن ذاته بواقع التحولات التي عرفها النظام العربي بعد الربيع العربي.

لكن هل يمكن اعتبار الذي يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي ينطبق عليه ما ينطبق على الناشر في مجال الإعلام التقليدي؟ من المعلوم أن الناشر الإلكتروني هو الشخص الذي يقوم بصياغة المعلومات وتحريرها أو نشرها وإعادة نشرها، أو وضعها على شبكة الإنترنت، أو مواقع التواصل الاجتماعي. وهو بهذا قد يكون مدير تحرير الموقع، أي الذي أنشأ صفحة الويب، وقد يكون شخصًا آخر قام بنشر المحتوى على الموقع، أو كتب تعليقًا أو نشر نصًّا، أو رسالة، أو مقطع فيديو.

فبالرجوع مثلًا إلى بعض القوانين العربية المنظمة للإعلام الإلكتروني مثل اللائحة التنفيذية الخاصة بالنشر الإلكتروني في السعودية، نجد المادة الأولى منها عند تناولها لموضوع النشر

الإلكتروني قد عرَّفته على النحو الآتي: «استخدام وسائل التقنية الحديثة في بث، أو إرسال أو استقبال، أو نقل المعلومات المكتوبة، والمرئية، والمسموعة، سواء كانت نصوصًا، أو مشاهد، أو أصواتًا أو صورًا ثابتة، أو متحركة، لغرض التداول».

ونصت المادة الثانية من اللائحة التنفيذية على أشكال النشر الإلكتروني، ومنها المواقع الشخصية، بينما اعتبر مضمون المادة الثالثة منها النشاط الإلكتروني خاضعًا لنظام المطبوعات. وعلى العموم يجب التأكيد على أن مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر، هي من أشكال النشر الإلكتروني، وتخضع لنظام المطبوعات والنشر ولأحكام اللائحة التنفيذية، ويعامل مسيء استخدامها مثل ما يعامل من يسيء استخدام وسائل الإعلام المقروءة والسمعية البصرية.

وهكذا، فإن نشر المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي يخضع لذات القواعد القانونية التي تطبق على النشر التقليدي، فالناشر في المجال الورقي أو السمعي البصري، هو المالك لسلطة القرار، من ثمة هو المسؤول عما ينشر، وهذا نفسه ما يطبق على الإنترنت ما دام أن النشر على الدعامات الإلكترونية يخضع للرقابة المشابهة لتلك المطبقة على الدعامات الورقية والسمعية البصرية.

ففي العالم الافتراضي، كما في العالم المادي الحقيقي يعتبر مؤلف ومنشئ المحتوى غير المشروع هو دائمًا المسؤول. لكن في حال القوانين العربية، فإن الأشخاص الذين يحوزون المحتوى غير المشروع، وغير المنشأ من قبلهم، يمكن اعتبارهم أيضًا مسؤولين، فمثلًا في هذه الدول من غير القانوني حيازة مواد إباحية للأطفال. وفي وسائل الإعلام التقليدية، كالصحيفة الورقية أو القناة التليفزيونية، فإن كلًّا من مؤلف المحتوى والناشر يعتبران مسؤولين، لأن الناشر يمارس رقابة تحريرية على المحتوى وتطبق هذه المبادئ على الإنترنت.

خلاصة

يستخلص مما سلف أن النظام القانوني للصحافة العربية الإلكترونية مرتبط بتطور النظام القانوني للإعلام الإلكتروني على المستوى الدولي، وهو بهذا المعنى شديد الصلة بمختلف منعرجات الشروط السياسية التي مرت بها المنطقة العربية في علاقتها مع تطور وسائل الإعلام الإلكترونية، ووسائل الإعلام بصفة عامة. طرحت هذه الدراسة ملابسات تقنينها مع تبيان العلاقة الرابطة بين الإعلام الإلكتروني والإعلام السمعي البصري، والإعلام المكتوب. وطرحت من بين ما طرحت بنوع من التأكيد مسألة وجود توجهين داخل الدول العربية، بينهما بعض من التمايز في شأن تنظيم الإعلام الإلكتروني:

التوجه الأول: وهو التوجه الغالب، والأكثر انتشارًا، ويسعى إلى إدراج هذه الصحافة من حيث التقنين والضبط في خانة الصحافة التقليدية، فطبَّق عليها ما هو مطبَّق على هذه الأخيرة وبالخصوص الصحافة المكتوبة.

التوجه الثاني: وقد سارت فيه أقلية قليلة من الدول؛ حيث أفردت لهذه الصحافة قانونًا خاصًّا، كما أن هناك من الدول داخل التوجه الأول من يسعى إلى تأكيد الصحافة الإلكترونية في نص دستورها، وتجدر الإشارة هنا إلى دولتين مرَّتا بحالة الثورة، وهما: تونس ومصر.

لم تقف الدراسة عند حدود تناول القانون الوطني الداخلي المنظم للصحافة الإلكترونية العربية، بل سعت كذلك إلى البحث في أسس وعناصر قانون الإنترنت باعتباره من مشمولات هذه الأخيرة، وشددت على بعض مظاهر هذا القانون وعلى عناصره، معتمدة على عدة وثائق عربية، أهمها: القانون العربي الاتحادي النموذجي 2004 الصادر عن جامعة الدول العربية والاتفاقية العربية لمكافحة الجرائم الإلكترونية بالإضافة إلى وثيقة البث الإذاعي والتلفزي الصادرة عن مجلس وزراء الإعلام العرب سنة 2008.

وعلى العموم، فإن الدراسة أظهرت كيف حصل تطور في التعامل قانونيًّا مع الصحافة الإلكترونية العربية، انطلاقًا من التنظيم الخجول لها، إلى التنظيم الكامل والشامل، مع التأكيد على اعتبارها، مثلها مثل الصحافة التقليدية. ومن ثمة أكدت على ما يلي:

أ- لفهم عمق قواعد قانون الإعلام الإلكتروني يجب البحث عن حقيقة هذه القواعد

وهدفها، وعن معانيها ومقاصدها، ليس في متن النص القانوني المنظم لها بل في المحيط السياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي في رحمه نشأت هذه القواعد. ومن ثم يجب الرجوع إلى البيئة التي نشأت فيها وإلى الشرط السياسي الذي في رحمه وُضعت من أجل استيعاب مراميها.

ب- صعوبة المواكبة التشريعية لتطورات تكنولوجية الإعلام الحديثة؛ ذلك أن هذه الأخيرة تعرف تطورًا سريعًا، في حين أن المواكبة التشريعية لها ضعيفة جدًّا بسبب بطء مسطرة صياغة القانون، وتعقد المراحل التي يمر بها، والقنوات التي يعبرها. يضاف إلى ذلك ما يعتري العملية التشريعية من تعثر وتَرَهُّل، بينما تعرف هذه التكنولوجيات تطورًا سريعًا يناظر سرعة البرق.

ج- هناك اليوم ضرورة إلى وضع مدونة إقليمية عربية خاصة بالإعلام الإلكتروني تهتدي بها الدول عند وضعها لقوانين إعلامها الإلكتروني الداخلي، ما يفرض فصل الإعلام الإلكتروني عن الإعلام والنشر الورقي، خاصة أن بين الإعلامين اختلافًا كبيرًا كما أن بينهما وبين الإعلام السمعي البصري اختلافًا كذلك، ولكن مع ذلك فإن هذا الأخير يشتمل في الآن نفسه على الثلاثة معًا، فهو من جهة ينطبق عليه ما ينطبق على الإعلام الورقي من حيث النشر، ومن جهة ثانية ما ينطبق على الإعلام السمعي البصري لاشتماله على الصوت والصورة والكتابة.

إن التشريع في حقل الإعلام الإلكتروني، وفي مجال الإعلام بصفة عامة ينبغي أن ينكب على فكرة التنظيم، وأن لا يسرف في النص على العقوبات؛ لأن الدولة في نهاية الأمر هي سلطة منظِّمة، وليست سلطة زاجرة. وعلى العموم، فإنها -أي الدولة- تشرِّع وفقًا لسلطتها على إقليمها، ولا يجوز لها أن تمد تشريعها لمواقع ليست ملكًا لها، كما هي الحال فيما يخص المواقع الإلكترونية، إن هذه المواقع تبعًا لاتفاقية التجارة العالمية ليست ملكًا للدولة حتى تمنع الناس من إنشاء حساباتهم فيها، لكن في المقابل قد يمكن للدولة أن تجرم المحتوى الإلكتروني مثلًا، إن كان يتضمن ما قد يعتبر جريمة جنائية. وعليه، فإن منع إنشاء المواقع والحسابات وربط ذلك بضرورة الحصول على ترخيص، فيه تجاوز لسلطات الدول الأخرى، على اعتبار أن شبكة الإنترنت ليست ملكًا لدولة بعينها.

الفصل الثالث

البعد الإيكولوجي لاقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية
الواقع والنموذج

محمد الأمين موسى

أستاذ الصحافة الإلكترونية المشارك بقسم الإعلام بكلية الآداب والعلوم في جامعة قطر

أصبحت وسائل الإعلام، بفضل تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، أكثر قدرة على الوصول إلى جماهيرها من خلال تقنيات الطباعة عن بُعد أو توسيع نطاق البثّ الإذاعي والتلفزي، فضلًا عن سهولة تلقي الرسائل التواصلية؛ ومن ناحية أخرى، أسهمت التكنولوجيات الجديدة في تقليل تكلفة المنتج الإعلامي، وزيادة مداخيل المؤسسات الإعلامية. ومع ظهور شبكتي الإنترنت والويب، دخلت وسائل الإعلام عصرًا جديدًا يُبشِّر بإعلام جديد تتغير فيه اقتصاديات صناعة الإعلام، وتتغير فيه مفاهيم الجمهور والتفاعلية وحراسة البوابة والسبق الصحفي وغيرها من المفاهيم التي رسَّخت العمل الإعلامي خلال القرون السابقة. وقاد هذا التغيير إلى تعزيز البُعد البيئي لوسائل الإعلام ضمن محيطها من حيث التأثير والتأثُّر. لقد تأثرت الصحافة العربية -مثلها مثل الصحافة في بقية العالم- بالتغييرات التي أحدثتها ثورة الإنترنت في صناعة المواد الإعلامية؛ حيث بدأ التحول من النشر التناظري إلى النشر الرقمي يبيِّن الفروق في التكاليف البشرية والمالية التي تغري بالتحول نحو الرَّقْمَنَة.

هكذا تبدو وسائل الإعلام مضطرة للتخلي عن بيئتها وشكلها القديم، والتأقلم مع البيئة الرَّقْمِية بعد أن بدأت منابع دخلها تنضب؛ ويتحوَّل جمهورها من متلقٍّ مستهلك إلى متواصل متفاعل؛ وينجذب المعلنون نحو البيئة الرقمية القادرة على تحقيق الأهداف بتكلفة أقل وفعالية أكبر.

إن التحول من الصحافة الورقية إلى الصحافة الإلكترونية -سواء كان تحولًا جزئيًّا أو كاملًا- أو الانطلاق من بيئة الإعلام الجديد، يستدعي الوقوف على الجوانب الاقتصادية التي تصنع القرار الاستثماري وتحدد الجدوى؛ ذلك أن البيئة التي تعمل فيها الصحافة الإلكترونية تتميز بخصائصها الاقتصادية المستمدة من الأثر الاقتصادي للرَّقْمَنَة في كافة مجالات الحياة، والمتمثلة في التوازي بين كفاءة الأداء وتقليل التكلفة.

في خضم هذه البيئة الجديدة، تبرز الصحافة الإلكترونية العربية كتحدٍّ للصحافة الورقية التقليدية ضمن مسعاها للحلول محلها وحمل راية الإعلام عنها، بدلًا من الاستسلام لتغوُّل مكونات الإعلام الجديد الأخرى (وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي الرقمي) التي أحدثت خللًا في بنية التواصل الجماهيري بكافة وسائله.

من هنا، تنطلق هذه الدراسة للنظر في الجوانب الإيكولوجية للاقتصاديات المؤسِّسة

للنشاط الإعلامي وهو يمر بمنعطف يكاد يُحدِث قطيعة مع الماضي من حيث مفاهيم الإنتاج والاستهلاك والبيع. منعطف يُقدِّم موقع الويب بديلًا للكتاب والصحيفة والمجلة والمذياع والتلفاز، مُسْتَغْنِيًا عن الورق والأثير والأقمار الاصطناعية، ومُعَزِّزًا بصداقته للبيئة واستثماره الأقصى للموارد المالية والبشرية، الأمر الذي يجعل إيكولوجيا الإعلام مفهومًا أكثر تداولًا في فضاءات الإعلام العربي.

كما ينظر الفصل في إمكانية إيجاد نموذج عملي لاقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية قابل للتطبيق ضمن بيئة تواصلية تهيمن فيها وسائل التواصل الاجتماعي على اهتمامات المتواصلين وتسعى لتمكينهم من الحصول على الرسائل التواصلية الإعلامية بتكلفة تقترب من الصفر. تلك الرسائل الإعلامية التي كانت حكرًا على وسائل الإعلام التقليدية تبيعها للجمهور بكيفية مباشرة أو غير مباشرة (عبر الإعلانات)، ولم تعد هذه العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجمهور قابلة للاستمرار في المستقبل البعيد أو المتوسط.

1 - البعد الإيكولوجي لاقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية

شهدت ستينات القرن الماضي ظهور مفهوم إيكولوجيا الإعلام وانتشاره كنتاج للعلاقة الجدلية التي تجمع بين المجتمع والإعلام، باعتبار أن هذا الأخير لا ينفك يتمظهر من خلال مجموعة من التكنولوجيات التي تغير نمط حياة المجتمع.

ونستند في فهمنا لإيكولوجيا الإعلام على تعريف نيل بوستمان (Neil Postman) –وهو أحد أبرز المهتمين بإيكولوجيا الإعلام– الذي يركز على دراسة وسائل الإعلام باعتبارها بيئات، عندما تؤثر هذه الوسائل على إدراك الناس وفهمهم ومشاعرهم وقيمهم[1].

إن النظر إلى اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية يقود إلى تبيان طبيعة تفاعلها في المجتمع من حيث التكنولوجيات المستخدمة والآثار الاجتماعية والبيئية التي تتركها على الفضاء الإعلامي. ذلك أن النموذج الاقتصادي الذي تتبعه الصحافة الإلكترونية –باعتبارها

(1) Neil Postman, “The reformed English curriculum,” In High school 1980: The shape of the future in American secondary education, ed. Alvin. C. Eurich (New York: Pitman, 1970), 161. in Lance Strate, “A Media Ecology Review,” Communication Research Trends, Vol 23, no. 2 (2004): 4.

ضربًا من ضروب الإعلام الجديد- يحمل في طياته التغييرات التكنولوجية التي تنعكس بدورها على الجوانب الاجتماعية والبيئية.

هكذا، يمكن البحث في البعد الإيكولوجي لاقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية من خلال استصحاب التغيرات التي تحدثها عمليات الانتقال من ممارسات الإعلام التقليدي إلى الإعلام الجديد عندما تحل الرقمنة محل التناظرية وينشأ نظام اقتصادي جديد يستند إلى تكنولوجيات المعلومات والاتصالات.

تتجلى أبرز الأبعاد البيئية لاقتصاديات الصحافة الإلكترونية، في الآتي:

1. التخلص من صناعة الورق المكلفة على المستويين المادي والبيئي، وتجاوز محدودية انتشاره مقارنة بانتشار الرسائل التواصلية الرقمية المبثوثة عبر شبكتي الإنترنت والويب.

2. المرونة الكبيرة في انتشار محتويات الصحافة الإلكترونية التي يسهل تداولها عبر النسخ واللصق والتمرير والمشاركة.

3. الاستخدام المفرط للجهاز الإدراكي البشري من خلال شيوع رسائل الوسائط المتعددة؛ الأمر الذي يجعل الشاشة -بما ينتج عنها من تأثيرات صحية على أجسام المستخدمين خاصة صغار السن- تبدو كامتداد طبيعي لجسد الإنسان المعاصر قد لا تفارقه حتى في حالات النوم.

4. تغيير نمط الممارسة الإعلامية من خلال تبنِّي فكرة الصحافي الشامل الذي تتوفر له أدوات الكتابة والتحرير والإنتاج والتوزيع لكافة الوسائط التواصلية (النص والصور والصوت والحركة) المستخدمة في مختلف أنواع الرسائل الإعلامية، الأمر الذي يخلق تحديًا كبيرًا للجيل القديم من الصحفيين ويجبرهم على الاندماج في البيئة الرقمية وصلًا للعطاء.

5. تغيير نمط العلاقات الإنسانية حيث يتجلى البعد الإيكولوجي في أوضح صوره.

6. التغيير الذي قد يطرأ على وظائف الدماغ البشري من خلال تهميش دور الذاكرة في وجود الأجهزة الرقمية المحمولة القادرة على البحث عن المعرفة في أكبر مكتبة معرفية (شبكة الويب) وتقديمها بسرعة تضاهي سرعة الذاكرة البشرية وتَبُذُّها في كثير من الأحيان. فضلًا عن التطور الهائل في مجال الذكاء الاصطناعي الذي يهدد نمو الذكاء البشري

الطبيعي؛ الأمر الذي قد يؤدي إلى وجود أجيال مرتهنة للآلة بشكل شبه كامل ومفتقرة للإبداع القادر على التحكم في الآلة وتوظيفها لخدمة مستقبل البشرية.

على الرغم من مقاومة الصحافة العربية التقليدية لإكراهات التحول نحو فضاءات الصحافة الإلكترونية والتخلي عن بنيتها التحتية وتقاليدها المهنية، فإنها تسير في اتجاه التأقلم مع الواقع الجديد الذي بدأ يفرض ذاته على القطاع الإعلامي على الصعيد العالمي.

فهناك مجموعة من الإكراهات التي تواجه الصحافة التقليدية وتجبرها على أن تستجير ببيئة الصحافة الإلكترونية أملًا في البقاء؛ إذ تشير بعض الدراسات إلى تأثر الصحافة العربية الورقية سلبًا بزيادة ولوج القرَّاء العرب لشبكة الإنترنت؛ الأمر الذي أدى إلى تقلُّص توزيع الصحف العربية واندماج بعضها في كيانات أكبر وإغلاق بعضها في أسوأ الحالات[1].

إن التحولات الاقتصادية المرافقة لنمو قطاع الصحافة الإلكترونية العربية على حساب الصحافة الورقية التي ترسخت أقدامها خلال القرن الماضي، تمس بنية ملكية وسائل الإعلام واحتكار دور النشر لتفتح الأبواب واسعة أمام قطاع عريض من الإعلاميين والصحفيين المواطنين لامتلاك وسائل إعلام إلكترونية وممارسة النشر بكيفية لم تكن متاحة من قبل؛ وتمس قطاع الإعلان -المورد الرئيس للصحافة الورقية- من حيث تقديم البدائل الأرخص والأجود على صعيد الانتشار الذكي واستهداف الجمهور المخصوص؛ وتمس المحتوى الإعلامي الذي يتحول من سلعة تُباع إلى خدمة تُقدَّم مجانًا أو بثمن رمزي.

لقد مهدت التجارب العالمية الرائدة في تأقلم الصحافة التقليدية مع واقع الصحافة الإلكترونية، وما تبشر به من تغيرات إيكولوجية شاملة، للصحافة التقليدية العربية أن تسلك طريق الانتقال السلس للبيئة الرقمية خاصة في ظل النقلة البطيئة لبعض القراء من الورق إلى الشاشة.

ويبقى هذا الانتقال السلس رهينًا بإدراك الخصائص الكامنة للصحافة الإلكترونية، والتعاطي السياسي الرشيد مع تبعات البيئة الرقمية كحرية التعبير وحقوق الإنسان في ممارسة التواصل الإعلامي والحصول على المعلومات بغضِّ النظر عن إمكانياته المادية والمعرفية.

---

(1) المعز بن مسعود، «الصحافة العربية الورقية: صراع البقاء ورهانات الهيمنة»، مركز الجزيرة للدراسات، 8 ديسمبر/ كانون الأول 2016، (تاريخ الدخول: 22 مايو/ أيار 2017): ص6-7، https://bit.ly/2ulLxWd.

2 - واقع اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية وهيكلة القطاع

إن الحديث عن واقع اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية يمر من خلال التعرف على اقتصاديات الصحافة الإلكترونية على الصعيد العالمي، والأخذ في الاعتبار الخصوصيات الاقتصادية للبلدان العربية. والثيمة الأبرز في تناول اقتصاديات البلدان العربية، هي الفرص الواعدة بسبب بطء التحديث ومواكبة التطور الاقتصادي العالمي الذي قطع أشواطًا بعيدة في دروب اقتصاد المعرفة.

لقد شيَّدت وسائل الإعلام بصفة عامة، والصحافة بصفة خاصة خلال القرون الماضية، نماذج اقتصادية يتم اتباعها في الحفاظ على ديمومة الوسيلة الإعلامية وقدرتها على المنافسة. وبينما تتشابه طرق إنفاق غالبية وسائل الإعلام، فإنها قد تتباين في طرق الحصول على مداخيلها. ويأتي الاختلاف في النماذج الاقتصادية للمؤسسات الإعلامية، من اختلاف الأنظمة السياسية-الاقتصادية للدول التي تستضيف الوسيلة الإعلامية؛ ومن طبيعتها الاقتصادية: ربحية أو غير ربحية؛ ومن ملكيتها: مملوكة للدولة أو القطاع الخاص، أو المجتمع المدني.

إن السمة الرئيسة لنماذج اقتصاديات الإعلام، تتمثَّل في خصوصية المنتج الإعلامي، وخصوصية الحاجة إلى استهلاكه؛ فالمنتَج الإعلامي يمكن الحصول عليه عبر الشراء بالمال، أو مجانًا إذا وفَّرته المؤسسة الإعلامية مجانًا أو من خلال التمرير وإعادة التدوير أو إعادة الترميز والنشر. كما أن الحاجة لاستهلاك المنتج الإعلامي تختلف عن الحاجة لاستهلاك المنتجات الضرورية والكمالية، من حيث كون المنتجات الإعلامية سلعًا وخدمات غير ملموسة. من هنا، نجد أن رواج استهلاك المنتجات الإعلامية يختلف باختلاف المجتمعات وفقًا لمقاييس الدخل الفردي، ودرجة النمو، والمستوى التعليمي، والديمقراطية المجتمعية والسياسية، واحترام حقوق الإنسان وحرية التعبير. كما تتمثَّل خصوصية المنتج الإعلامي في أن جودته أو رداءته، ونفعه أو ضرَّه يتحددان وفقًا لبنية المجتمع المستهلك والأنظمة الثقافية والسياسية والقانونية التي تتحكَّم فيه؛ فقد ترى الأنظمة السياسية المستبدة في رداءة المنتج الإعلامي جودة.

تنعكس هذه الخصوصية على الاستثمار في المجال الإعلامي؛ فقد تجد مؤسسة إعلامية تحقق أرباحًا طائلة ليس بسبب جودة منتجاتها، بل بسبب تبعيتها للنظام الحاكم الذي يغدق عليها بمداخيل الإعلانات، أو مداخيل الاشتراكات، فضلًا عن الدعم المادي المباشر وغير المباشر.

وقد تجد مؤسسة إعلامية تُقدِّم منتجات رديئة وتراكم الخسائر عامًا بعد عام، وعلى الرغم من ذلك تستمر في العمل لما تلقاه من دعم من النظام الحاكم.

أدت التحولات التكنولوجية والديمغرافية والاقتصادية إلى بروز نماذج اقتصادية جديدة لوسائل إعلامية إخبارية تتخذ من شبكة الإنترنت فضاء للانتشار؛ إذ غيَّرت هذه النماذج سلاسل الإنتاج والتوزيع التي تتبعها صناعة الصحافة الورقية؛ فقد سهَّلت الشبكة ظهور وسطاء وفاعلين جدد في مجال النشر والتوزيع مثل مجمِّعي الأخبار الإلكترونيةOnline) (News Aggregators، وناشري الأخبار الإلكترونية والوسطاء المختصين في الأخبار عبر الموبايل [1](Mobile News).

فعلى مستوى الإنتاج، نجد أن تكنولوجيا الإنترنت أسهمت في تقليص التكلفة الحدية لدرجة جعلتها تقترب من الصفر؛ ذلك أن ارتفاع استهلاك المادة الإعلامية لا يتبعه ارتفاع التكاليف باعتبار أن التكاليف تقتصر فقط على النسخة الأولى التي يتم تحميلها، وعندما ترتفع عمليات التنزيل (الاستهلاك)، فلا يترتب على المنتج تكلفة إضافية[2]. ويتزايد العائد الاقتصادي من تزايد عمليات استهلاك المادة الإعلامية الرَّقمية باعتبارها أصولًا غير ملموسة لا تفنى باستهلاكها وهي قابلة للاستنساخ[3]، كما أن عملية الاستنساخ لا تؤثِّر على جودة المنتج؛ لأن الأصل هو النسخة ولا فرق بينهما.

أما على مستوى التوزيع، فإن تكنولوجيا الإنترنت قدمت نمطًا للتوزيع يتخطى الحواجز القطاعية والجغرافية، باعتبار أن الصحافة الإلكترونية تنتشر في فضاء الويب الذي يتسم

---

(1) Sacha Wunsch-Vincent and Graham Vickery, “Working Party on the Information Economy: the Evolution of News and the Internet,” (Organisation for Economic, Co-operation and Development, June 11, 2010), 50.

(2) حسين عبد الجليل الغروي، اقتصاديات البيانات والمعلومات المحاسبية، (رسالة دكتوراه، الأكاديمية العربية في الدنمارك: كلية الإدارة والاقتصاد، الدنمارك، 2012)، ص 26–27. ورد في: حمدي بشير محمد علي، «الإعلام الرقمي واقتصاديات صناعته»، (ورقة قدمت إلى المنتدى الإعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، 2016)، ص 19–20.

(3) محمد تقرورة، ومحمد متناوي، «الاقتصاد الرقمي وإشكالية التجارة الإلكترونية في الدول العربية»، (ورقة عمل قدمت في ملتقى المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن علي الشلف، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، 2007)، ص 7. ورد في: حمدي، «الإعلام الرقمي»، مرجع سابق، ص 20.

بطبيعته العالمية، متحديًا حرّاس البوابة التقليديين ومُفْسِحًا المجال لوسطاء جدد[1]. فكل ما يظهر عبر شبكة الويب، يظل متاحًا للمتلقي في أي مكان في العالم تتوفر فيه شبكة الإنترنت، وعلى مدار الساعة.

لقد تغير واقع الاستثمار الإعلامي من صعوبة إنشاء المؤسسات الإعلامية، والوقت الطويل نسبيًّا للوصول إلى مرحلة تحقيق الأرباح، إلى سهولة النشر عبر شبكة الويب (الذي يمتد من شبه المجانية إلى التكلفة التي تحتاج رأسمالًا مؤسسيًّا)، والسرعة في الانتشار وتحقيق الأرباح. فعلى سبيل المثال، إذا نظرنا إلى المجلة الأميركية الرياضية المشهورة (Sports Illustrated)، نجدها احتاجت عشر سنوات على الأقل لكي تصل إلى الوصفة السحرية التي تجعلها تحقق الأرباح؛ بينما احتاج الموقع الإعلامي المعروف، هافينغتون بوست (Huffington Post) ، لأقل من ست سنوات ليتحول من فكرة إلى مؤسسة تقدر قيمتها بـ315 مليون دولار عندما تم بيعها لأميركا أونلاين (AOL) ، عام [2]2011.

تتسم اقتصاديات الإعلام الرقمي بصفة عامة والصحافة الإلكترونية بصفة خاصة بما يُسمَّى بـ»الطابع غير المحدود لاقتصاديات الوفرة أو الحجم الكبير». فطالما أن تزايد عمليات تلقي المادة الإعلامية لا يترتب عليه تكلفة إضافية، وأن غالبية التكاليف تكون في مرحلة ما قبل الإنتاج، تظل هذه التكاليف ثابتة وكلما زاد الاستهلاك قلَّت التكاليف ومن ثم زادت الأرباح[3].

إن الاستثمار الجيد في مجال الصحافة الإلكترونية، يستدعى تغيير النظر إلى المنتجات الإعلامية من كونها سلعًا تباع (كالصحيفة والمجلة) إلى خدمة تقوم على تزويد المتلقي/ المستهلك بالمعلومات[4]. ذلك أن المعلومة لها خصائصها التي تميزها عن بقية المنتجات، ليس فقط

---

(1) Wunsch-Vincent and Vickery, “Working Party on the Information Economy: the Evolution of News and the Internet,” 51.

(2) Bill Grueskin, Ava Seave, Lucas Graves, “The story so far: What we know about the business of digital journalism”, (A report from the Columbia University Graduate School of Journalism, Tow Centre for Digital Journalism, 2011), 7.

(3) زين الدين بروش، «واقع وتحديات الاقتصاد الجديد»، **مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير**، (جامعة سطيف 1، الجزائر، العدد الثالث،2004)، ص108. ورد في: حمدي، «الإعلام الرقمي»، مرجع سابق، ص 21.

(4) Benjamin J. Bates, “The Economic Value of Media Websites,” semanticscholar, (2008):

لكونها غير ملموسة، بل لأن كيفية الاستفادة منها تختلف عن كيفية الاستفادة من المنتجات الأخرى. فالمعلومة -خاصة إذا كانت رقمية- لا تفقد قيمتها بالتقادم أو ظهور معلومات أحدث؛ وعندما توضع في الأرشيف، فهي تظل كذلك صالحة للاستخدام ومتوفرة من خلال محركات البحث، وقد تدرُّ دخلًا مستمرًّا طالما أن هناك من يطلبها. بينما تنتهي الصلاحية الاقتصادية للصحيفة أو المجلة الورقية بعد ساعات أو أيام من طرحها في الأسواق وظهور الأعداد الجديدة فتفقد قيمتها وتصبح مرتجعات (قد تُباع بثمن بخس).

يختلف الفاعلون في مجال اقتصاديات الإعلام الجديد عن نظرائهم في مجال الإعلام التقليدي. فالفاعلون الجدد هم: مزوِّدو المواد الإعلامية الإلكترونية، ومحركات البحث التي تقدم خدمة تجميع الأخبار والمعلومات، ومنصات الويب المتخصصة في الخدمات الإخبارية، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمزودون الذين يقصرون خدماتهم على الأخبار عبر الموبايل، ومجموعات الإعلانات عبر الإنترنت والويب، وغيرهم[1].

3 ـ النموذج الاقتصادي للصحافة الإلكترونية العربية وفرص التطوير

يبدو النموذج الاقتصادي للصحافة الإلكترونية العربية واعدًا بحكم تباين الاقتصادات العربية، وتباين توظيفها الاقتصادي للتقنيات الرقمية؛ الأمر الذي يجعل هذه الصحافة في مسيس الحاجة لنموذج اقتصادي يأخذ في الاعتبار شريحة من المتواصلين يبلغ عددهم مئات الملايين يتشاركون اللغة والثقافة وبعض العادات الاستهلاكية والإنتاجية.

1.3.ملامح النموذج الاقتصادي للصحافة الإلكترونية

أخذًا في الاعتبار، أثر تكنولوجيا الإنترنت والويب على الحقل التواصلي بصفة عامة والإعلامي بصفة خاصة، تبدو ملامح النموذج الاقتصادي للصحافة الإلكترونية أكثر اندماجًا وانفتاحًا نحو الخدمات التي تستجد تماشيًا مع ظهور التكنولوجيات الجديدة.

فهناك توجه نحو إنتاج الأخبار منخفضة التكلفة ذات القيمة الترفيهية، والتي تغري المعلنين؛

3-4.

(1) Wunsch-Vincent and Vickery, “Working Party on the Information Economy: the Evolution of News and the Internet,” 52.

فقد أدى البحث عن تعظيم الأرباح إلى المساس بجودة المادة الخبرية وتغيير طبيعتها؛ إذ أصبح نجاح القصة الخبرية معتمدًا على العائد الإعلاني المرتبط بعدد المشاهدات والنقرات التي يقوم بها متصفحو الموقع[1].

يتسع تأثير تكنولوجيا الإنترنت على النموذج الاقتصادي للصحافة الإلكترونية ليشمل الأسئلة الرئيسة التي تشكِّل العملية التواصلية الإخبارية؛ فقد قدَّم جيمس هاملتون (James T. Hamilton)، أستاذ الإعلام بجامعة ستانفورد، عام 2004، محتوى موازيًا للأسئلة الخمسة التي تساعد الإجابات عليها المحررين في اتخاذ القرارات المتعلقة بمحتوى القصة الإخبارية، وهذه الأسئلة[2] هي:

- من يهتم بالمادة الإعلامية المخصوصة؟
- كم سيدفع للحصول عليها؟
- أين يمكن أن تجد وسائل الإعلام المهتمين بالمادة الإعلامية؟
- متى يصبح تقديم المادة الإخبارية مربحًا؟
- لِـمَ تصبح المادة الإخبارية مربحة؟

يستفيد النموذج الاقتصادي للصحافة الإلكترونية من مآلات الصحافة المطبوعة التي بدأت تعاني، منذ ظهور شبكة الويب وتمكينها لجماهير وسائل الإعلام من ممارسة النشر وإنتاج المواد الإعلامية؛ الأمر الذي جعل تداول النتاج الإعلامي أكثر يسرًا وأقل تكلفة. وقد أصاب السوق الإعلامية ما يمكن تسميته بـ«سوق الليمون» حسب مفهوم جورج آرثر أكرلوف (George A. Akerlof)، والذي يشير إلى الأسواق التي يكون فيها لدى المشترين معلومات عن جودة المنتج أقل كثيرًا من تلك التي لدى البائعين. وبما أن المشترين في وضع لا يسمح لهم بالحكم على جودة المنتج، تقل رغبتهم في شراء المنتج؛ الأمر الذي يدفع البائعين إلى تقديم منتجاتهم بسعر منخفض لحث المشترين على الشراء، مما يتسبب في إخراج أصحاب المنتجات الجيدة وغالية الثمن من السوق[3].

---

(1) Ibid, 61.

(2) Stephan Russ-Mohl, "The Economics of Journalism and the Challenge to Improve Journalism Quality: A Research Man ifesto," Studies in Communication Sciences 6, no 2, (2006): 194.

(3) George A. Akerlof, "The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market

ترتبط اقتصاديات الصحافة الإلكترونية ارتباطًا وثيقًا بخدمة البحث التي تُقدِّمها شبكة الويب؛ فخلافًا لإعلانات الصحافة المطبوعة التي يكون فيها المحتوى هو الأساس والإعلان تابع، فإن محركات البحث دخلت كمكِّون رئيس بين المحتوى الإعلامي والمتلقي؛ إذ غالبًا ما يلجأ المتلقي إلى محركات البحث لتقوده إلى المحتوى الذي يرغب فيه. وابتداء من مارس/ آذار 2009، شرع محرك البحث غوغل، الأكثر شهرة، في وضع إعلانات في المحتوى الإعلامي الذي يوفره للمتلقي[1]. لقد تحولت شركة غوغل إلى أكبر مُجمِّع للأخبار والمعلومات، لذا، فهي تحصل على حصة الأسد من الإعلانات التي تضعها في طريق المتلقي الذي يبحث عن المعلومات وتترك نسبة ضئيلة لمنتجي المحتوى الإعلامي[2]. بالإضافة إلى ذلك، فقد أصبحت غوغل حارس البوابة الذي يتحكم في عبور المادة الإعلامية للمتلقي-المستهلك[3].

2.3.مصادر دخل الصحافة الإلكترونية

تعتمد الصحافة الإلكترونية على مجموعة من مصادر الدخل التي تتراوح في مساهمتها بين تغطية النفقات وتحقيق الأرباح. بعض هذه المصادر لا يزال في طور التشكل؛ لأنها مرتبطة بمستجدات التكنولوجيا الرَّقمية والآفاق الاقتصادية التي تفتحها من خلال تقليص النفقات أو إتاحة تقديم أشكال جديدة من السلع والخدمات.

1.2.3.إعلانات الإنترنت

أدى انتشار شبكة الويب في شكلها التجاري مع بداية تسعينات القرن العشرين إلى ظهور الصحافة الإلكترونية؛ الأمر الذي مهَّد الطريق للإعلانات الرَّقْمِيَة التي تنتشر عبر هذه الشبكة وتتسم بسماتها. ولكن ككل المستجدات، كانت البداية متواضعة مقارنة بسوق الإعلانات

Mechanism," The Quarterly Journal of Economics, Vol. 84, no. 3, (August 1970): 488.

(1) Kimmo Lundén, The Death of Print? The Challenges and Opportunities facing the Print Media on the Web (Oxford: Oxford University, 2009), 18.

(2) Ibid, 20.

(3) Andrew Currah, What's Happening to Our News: An investigation into the likely impact of the digital revolution on the economics of news publishing in the UK (Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2009), 15.

المطبوعة والمرئية والمسموعة؛ إذ بلغ حجم إعلانات الإنترنت عام 1999 حوالي 4 مليارات دولار، وهو مبلغ ضئيل مقارنة بالإعلانات التقليدية[1]. ظلت مداخيل الإعلانات الرقمية في نمو مطَّرد إلى أن ضربت الأزمة الاقتصادية العالمية سوق الإعلان ليحقق انخفاضًا لأول مرة بنسبة 4.6 ٪ عام 2009 مقارنة بعام 2008 [2]. وبعد أكثر من عقد ونصف من الزمان، شهدت سوق إعلانات الإنترنت نموًّا مطردًا في السنوات الأخيرة حتى أصبحت تُشكِّل حوالي 33 ٪ من حصة السوق الإعلاني الإجمالي بمبلغ قدره 60 مليار دولار عام 2015 من مجموع 183 مليار دولار. وقفزت إعلانات الإنترنت في 2015 بنسبة 20 ٪ مقارنة بسنة 2014 [3]. هكذا نجد أن الشكوك حول كون الإنترنت ستظل جزءًا مقدَّرًا ومتناميًا من إجمالي نفقات الإعلانات في المستقبل المنظور، بدأت تزول[4].

لقد هددت إعلانات الإنترنت الصحف الورقية التي كانت تهيمن على سوق الإعلانات المبوبة، من خلال القدرة الفائقة للإنترنت على الوصول إلى المتلقي بكيفية شبه مجانية، خاصة وأن بيئة الإنترنت تسمح بوجود إحصائيات عن جمهور الإعلان بكيفية فورية[5].

وتتجلى أهمية الإعلانات الرَّقمية في كونها تُشكِّل الجزء الأكبر من مداخيل كافة الفاعلين الإعلاميين عبر الإنترنت، خاصة بعد أن ظهرت بعض المبادرات التي تهدف إلى تتبع وسائل الإعلام المختلفة ساعدت على زيادة مداخيل الإعلان، مثل: Google FastFlip[6]، والتي

(1) Bates, "The Economic Value of Media Websites," 13.

(2) Lee Rainie and Kristen Purcell, "The economics of online news," Pew Research Center, March 15, 2009, "accessed May 22, 2017". https://bit.ly/2q5G2az.

(3) State of the New Media 2016," Pew Research Center, June 15, 2016, "accessed July" 9, 2017". https://www.journalism.org/2016/06/15/state-of-the-news-media-2016/2010.

(4) Bates, "The Economic Value of Media Websites," 14.

(5) George Brock, Out of Print: Newspapers, Journalism and the Business of News in the Digital Age, (London: KoganPage, 2013), 93.

(6) Wunsch-Vincent and Vickery, "Working Party on the Information Economy: the Evolution of News and the Internet," 52.

ظهرت عام 2009 معتمدة على طريقة المسح البصري في التعرف على المحتوى[1].

إن سيطرة محرك البحث غوغل على عمليات البحث عن المحتوى عبر الويب، أدت إلى حصوله على نسبة كبيرة من مداخيل الإعلانات التي ترافق المحتوى الإعلامي؛ فقد أبرمت شركة غوغل اتفاقيات مشاركة مداخيل الإعلانات مع كبار الناشرين من خلال تمكين المتلقي من الوصول إلى الأرشيف[2]؛ الأمر الذي يجعل المحتوى الإعلامي متراكمًا مثل كرة الثلج، ومتاحًا وقادرًا على جلب عائد مادي.

لقد سعت الأوساط الإعلامية للتخلص من هيمنة غوغل على مداخيل الإعلانات عبر مشاركته للناشرين مداخيل الإعلان بمجرد توفيره لخدمة البحث، فجاءت مبادرة آلان موتر (Alan Mutter)، رجل الأعمال وأحد التنفيذيين في وادي السليكون، بإنشاء نظام أسماه "ViewPass"ليكون بمثابة بطاقات الدفع الإلكتروني المباشر للناشر كـ«فيزا كارد وماستر كارد» عندما يتعرض المتلقي للرسائل الإعلانية. وعلى الرغم من أن هذا النظام لم يتم تنفيذه إلا أن شركة فيسبوك سارت على دربه؛ حيث قدَّمت للمعلنين معلومات قيمة حول المشتركين في شبكتها[3].

2.2.3.بيع المحتوى الرقمي

اعتادت الصحافة المطبوعة أن تبيع محتواها للقارئ مباشرة من خلال وضع سعر محدد للحصول على النسخة الورقية. أما الصحافة الإلكترونية، فإنها تواجه صعوبة وتحديات في بيع محتواها الرقمي للقارئ؛ إذ إن هناك تكاليف مباشرة وغير مباشرة، عندما يتعلق الأمر بنظام الدفع، قد تدفع المتلقي-المستهلك للبحث عن بديل في الويب عبر محركات البحث، وغالبًا ما يحصل عليه مجانًا. ولكي تنجح المؤسسات الإعلامية الإلكترونية في بيع محتواها، عليها أن توفِّر محتوى يتسم بالأصالة والتفرد (كالمحتوى الترفيهي أو التحليلي والصور الحصرية وغيرها)[4].

(1) Google Fast Flip," Wikipedia, "accessed July 9, 2017". https://bit.ly/2R2NheW. "

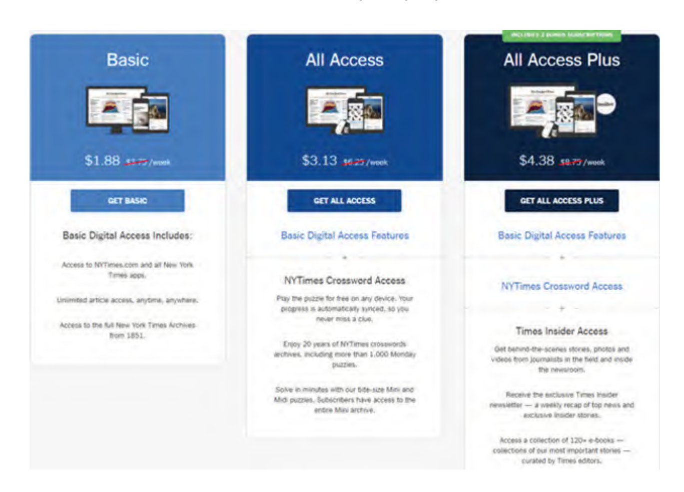
(2) Lundén, The Death of Print? The Challenges and Opportunities facing the Print Media on the Web, 22.

(3) Rainie and Purcell, "The economics of online news," 8-9.

(4) Bates, "The Economic Value of Media Websites," 12-13.

سعت المؤسسات التي تُوفِّر المحتوى الإعلامي الرقمي إلى اتباع نوعين من بيع المحتوى: النوع الأول ويُدعى البيع المصغَّر (Mircropayment) ، وهو يقوم على الاشتراك الكامل في الخدمة الإعلامية وشراء المادة الإعلامية كل قطعة على حدة، وتختلف الأسعار باختلاف معدل استهلاك المتلقي (كلما زاد الاستهلاك نقصت الأسعار). وأبرز نموذج لتطبيق هذا النوع جاء من صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية في 2011، بحيث يُمْنَح المتلقي-المستهلك عددًا محدودًا من المواد الإعلامية مجانًا قبل أن يبدأ في الدفع. والنوع الثاني ويدعى المحاسبة المصغرة (Microaccounting) ويقوم على نماذج نمط تجميع المحتوى، ومن أمثلته كاشنجل (Kachingle)التي تعتبر من أبرز منصات تسويق المحتوى الرقمي منذ أواخر 2009. تقوم كاشنجل بتحصيل 5 دولارات شهريًّا من المستخدم، وبعدما تقوم بخصم أتعابها تقسم المبلغ المتبقي على المواقع التي استفاد منها المستخدم فعليًّا[1]. وهناك تجربة المؤسسة الإعلامية بوليتيكو (Politico) التي أنشأت نظام الاشتراك الإلكتروني الخاص بها عام 2011 تحت اسم"Pro؛ حيث يدفع المتلقي-المستهلك مقابل المحتوى المتميز والتغطية المعمقة في مجالات السياسة والطاقة والعناية الصحية ما يعادل 2,495 دولارًا في السنة[2].

الشكل رقم (1) يوضح عروض الاشتراك لدى نيويورك تايمز وقد تم تخفيضها بنسبة 50 % (يوليو/ تموز 2017)[3]



(1) Rainie and Purcell, "The economics of online news," 6-7.

(2) Ibid, 28.

(3) The New York Times Sale. Get 60% off for one year. Sale ends Sunday," nytimes," "accessed July 9, 2017". https://nyti.ms/2yuB242.

هناك تحديات عديدة تواجه الصحافة الإلكترونية عندما تفكر في بيع المحتوى للمتلقي، حتى وإن كانت القدرة الشرائية كبيرة؛ فقد بيَّن مسح عبر الهاتف، أُجري في يناير/ كانون الثاني 2010، بالولايات المتحدة أن نسبة من لديهم مواقع إلكترونية مفضلة وعلى استعداد لأن يدفعوا مقابل الحصول على المحتوى، لا تتجاوز 7 ٪ من المبحوثين؛ الأمر الذي يشير إلى أن الغالبية العظمى تفضل البحث عن مصادر متعددة وصولاً إلى المادة الإعلامية المتاحة مجانًا[1].

3.2.3.ترخيص المحتوى

تلجأ بعض وسائل الإعلام إلى منح تراخيص إلى طرف ثالث، مثل غوغل، تمنحه بموجبها حق استخدام محتواها الإعلامي مقابل الحصول على مبالغ مالية. فعلى سبيل المثال: الترخيص الذي يسمح لمحرك البحث غوغل باستخدام عناوين الأخبار أو الأخبار كاملة الخاصة بوكالة أنباء الأسوشيتد برس؛ بالإضافة إلى وسائل إعلام عالمية أبرمت اتفاقيات لمشاركة المحتوى الرقمي: كالاتفاق الذي يسمح لصحيفة نيويورك تايمز بالوصول إلى محتوى الموقع الإعلامي المختص في مجال التكنولوجيا (TechCrunch)؛ أو منح موقع لوموند الفرنسية حق الولوج الكامل لمحتواه الإعلامي لصحيفة إلبايس الإسبانية[2].

إن الوصول إلى مرحلة ترخيص المحتوى الإعلامي مقابل دفع مبالغ مالية، يقتضي أن تمتلك المؤسسة الإعلامية ما لا يتوفر عبر الويب مجانًا؛ الأمر الذي لا يكون متاحًا لجُل وسائل الإعلام في عصر يشهد منافسة كبيرة بين وسائل الإعلام التقليدي والإعلام الجديد الذي تشترك فيه الصحافة الإلكترونية مع كافة أشكال مواقع الويب. لذا، لا يمكن التعويل على هذا النوع من مصادر الدخل في اقتصاديات الصحافة الإلكترونية.

3.3.واقع اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية

على الرغم من مرور حوالي عقدين من الزمان منذ ظهور بعض الصحف العربية عبر شبكة الويب، إلا أن معظمها لم يستفد كثيرًا من البيئة الإعلامية الجديدة التي وفَّرتها شبكة الإنترنت

(1) Grueskin, Seave, Graves, "The story so far: What we know about the business of digital journalism," 7.

(2) Wunsch-Vincent and Vickery, "Working Party on the Information Economy: the Evolution of News and the Internet," 52.

والتكنولوجيات المصاحبة لها.

فقد بيَّنت إحدى الدراسات أن بعض وسائل الإعلام العربي، على الرغم من إمكانياتها الكبيرة وشهرتها، لم تستفد من الإمكانيات التواصلية الهائلة التي تتيحها الوسائط المتعددة، وظلت أسيرة لنمط الإعلام التقليدي الذي ينظر إلى شبكة الويب كفضاء ثانوي لا يتعدى الوجود فيه «أداء الواجب»، وهو يفتقر إلى الجدوى الاقتصادية والإعلامية. والأمر نفسه ينطبق على صحيفة إيلاف التي هي وليدة الويب؛ إذ لم تستفد من أبرز نقاط قوة هذه الشبكة، ألا وهي الوسائط المتعددة[1].

إن ضعف استفادة الصحافة العربية من الخدمات التي تُقدِّمها شبكة الويب يعود إلى عدة عوامل، أبرزها:

1. بطء الاستجابة للتحولات التكنولوجية بسبب التباين بين المجتمعات العربية المختلفة، والتباين داخل المجتمع العربي الواحد بين المدينة والريف؛ الأمر الذي يجعل تبني التكنولوجيات الجديدة عملية بطيئة، مثل التحول من ثقافة القراءة الورقية إلى القراءة عبر الشاشات.

2. مقاومة الناشرين والإعلاميين العرب لضرورة التحول من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الجديد، من حيث الشكل والمحتوى، مما يجبر المعلن على الاستمرار في الترويج عبر المؤسسات الإعلامية التقليدية.

3. عدم إخضاع اقتصاديات الصحافة إلى دراسات جدوى جديدة تأخذ بعين الاعتبار إيجابيات التحول إلى النظام الاقتصادي الإلكتروني وسلبياته، عندما تسعى المؤسسة الإعلامية للتحول نحو فضاءات الإعلام الجديد باعتبارها تشكِّل المستقبل في ظل الهروب الجماعي لجماهير وسائل الإعلام التقليدي نحو الإعلام الرقمي الجديد.

4. على الرغم من مرور عقود على تعرض الجماهير العربية لوسائل الإعلام، فإن الغالبية العظمى منها لم تعتد على الحصول على المحتوى الإعلامي مقابل

(1) محمد الأمين موسى، «تطبيقات الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي»، بحوث الصحافة (المجلس القومي للصحافة والمطبوعات، الخرطوم، أغسطس/ آب 2006)، ص 43.

دفع مبالغ مالية، إلا في حالات الصحافة المطبوعة، وفئة قليلة تدفع مقابل مشاهدة بعض القنوات الفضائية. وهذا شكَّل عقبة أمام الناشرين الإعلاميين وأقعدهم عن السعي للتحول نحو بيئة الويب.

1.3.3.واقع الإعلان في الصحافة العربية الإلكترونية

إن النظر في مواقع بعض الصحف الإلكترونية العربية والمواقع الإعلامية الأخرى، يعطي مؤشرًا عن واقع الإعلانات الإلكترونية وعلاقتها باقتصاديات تلك الصحف أخذًا في الاعتبار التسعيرة التي يضعها كل موقع على حدة.

فعلى الرغم من مرور أكثر من عشر سنين على ظهور عدد مقدَّر من الصحف الإلكترونية العربية، إلا أن قدرتها على جلب الإعلانات حتى تصير مصدرًا رئيسًا للدخل كما يحدث مع الصحف الورقية الناجحة اقتصاديًّا، لا تزال ضعيفة؛ ذلك أن جذب الإعلان الإلكتروني يتطلب توظيفًا فعَّالًا لخصائص الويب والخدمات التي تُقدِّمها، ويتطلب مواكبة للتكنولوجيات المتسارعة التي تهدف إلى سهولة الوصول إلى المتلقي، كما يتطلب إقناعًا للمعلن بفضل إعلانات الويب على الإعلانات التقليدية.

يغلب على إعلانات الإنترنت شكل اللافتة (Banner)، خاصة في بدايات ازدهار الصحافة الإلكترونية في تسعينات القرن الماضي[1]، وهو عبارة عن إعلان مستطيل الشكل بعرض الشاشة أو ممتد رأسيًّا أو أفقيًّا يتسع للأسفل عند المرور عليه (بالمؤشر أو اللمس). تقوم بعض الصحف العربية -أسوة بنظيراتها الغربية- بتزويد المعلنين بمعلومات عن شكل إعلان اللافتة وحجمه (الذي يقاس بالبكسل وليس السنتيمتر مثل ما يحدث في الصحافة المطبوعة)، بالإضافة إلى الأسعار التي تختلف باختلاف الصفحة الرئيسة والصفحات الأخرى، أو أعلى الصفحة (بجوار اللوغو) وأسفلها.

كما تتخذ الإعلانات شكل الرعاية؛ حيث يستضيف الموقع مقطع فيديو إعلانيًّا يُروِّج للمعلن، ويظهر بكيفية تلقائية قبل تشغيل الفيديو أو بعد بدء تشغيله.

فعلى سبيل المثال، إذا أخذنا نموذج صحيفة إيلاف -باعتبارها من أوائل الصحف العربية

(1) ربيعة فندوشي، الإعلان عبر الإنترنت: دراسة وصفية تحليلية مقارنة (رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2005)، ص 203-204.

التي نشأت عبر الويب يوم 21 مايو/ أيار 2001- نجد أنها تُقدِّم معلومات مفصلة عن تسعيرة الإعلانات؛ حيث يدفع المعلن مقابل كل ألف مشاهدة CpM (Cost per Mille)، وفقًا لشكل الإعلان وحجمه وموقعه (كما هو مُبَيَّن في الجدول التالي).

الجدول رقم (1) يبيِّن أسعار الإعلان في صحيفة إيلاف الإلكترونية[1]

نوع الإعلان	الحجم	الموقع	السعر لكل ألف ظهور للإعلان الصفحة) (الرئيسة) بالدولار	السعر لكل ألف ظهور للإعلان (بقية صفحات الموقع) بالدولار
نصف لافتة	728 x 90	في أعلى الصفحة	28	24
نصف لافتة قابلة للتوسيع للأسفل	728 x 180	في أعلى الصفحة	32	28
شريط إعلاني رأسي	120 x 600	ثابت في المتصفح	26	22
إعلان قياسي	300 X 250	بجوار مشغل الفيديو	24	20
اللافتة	728 x 90	فوق الموضوع الرئيس	24	20
نصف صفحة	300 x 600	ضمن الموضوع الرئيس والمواضيع الفرعية	لا ينطبق	24
إعلان فيديو	30kb	فيديو يعرض لمدة 30 ثانية داخل مقاطع الفيديو المدرجة	7,500	لا ينطبق

(1) Elaph can offer different advertising options throughout the site at cost effective rates”,” Elaph, “accessed July 9, 2017”. https://bit.ly/2D0epIi.

تتراوح أسعار إعلانات اللافتة في صحيفة إيلاف بين 24 إلى 32 دولارًا في الصفحة الرئيسة، و20 إلى 28 دولارًا في الصفحات الأخرى، بينما تتراوح الأسعار عند صحيفة الراية القطرية بين 16.5 إلى 24.7 دولارًا في الصفحة الرئيسة، و16.5 إلى 19 دولارًا في الصفحات الأخرى. ونجد أن صحيفة غلف تايمز، الناطقة باللغة الإنجليزية، تعتمد تسعيرة أعلى؛ حيث تتراوح أسعار الإعلان في الصفحة الرئيسة بين 13 إلى 88 دولارًا، و13 إلى 71.5 دولارًا في الصفحات الأخرى. ويلاحظ أن هذه الأسعار تقترب إلى حد ما من الأسعار المتداولة في بعض الدول الغربية التي كانت سبَّاقة إلى الاستفادة من إعلانات الإنترنت؛ ففي الولايات المتحدة الأميركية تتراوح أسعار الإعلانات بين 5 إلى 87 دولارًا للـCpM؛ بينما تتراوح الأسعار في فرنسا بين 26 إلى 78 دولارًا.[1]

من أبرز نماذج الإعلانات في الصحافة الإلكترونية العربية، نجد أن صحيفة إيلاف تُقدِّم ثلاثة إعلانات تظهر مع كافة المواد الإعلامية؛ الأمر الذي يجعلها أكثر عرضة للمشاهدة من لدن المتلقي-القارئ. أما صحيفة الراية القطرية فتقدم أربعة إعلانات مختلفة، يقتصر أحدها على الصفحة الأولى وتظهر الثلاثة الأخرى في كافة الصفحات. وتُقدِّم صحيفة الشروق الجزائرية عبر بوابتها (التي تتضمن تسعة مواقع إعلامية مختلفة) أربعة إعلانات مختلفة عبر صفحتها الرئيسة والصفحات الأخرى، علمًا بتوافر موقع خاص بالإعلانات المبوبة، أسواق الشروق (ASWAK)، وتتفق صحيفة رأي اليوم الإلكترونية الصادرة من لندن مع بقية الصحف العربية في معدل عدد الإعلانات التي تظهر في الصفحة الواحدة (ثلاثة إلى أربعة)، ولكنها تتميز باقتصار بعض الإعلانات على الصفحات الداخلية.

2.3.3.بيع المحتوى في الصحافة الإلكترونية العربية

بحكم كون غالبية الصحف الإلكترونية العربية عبارة عن نسخة موازية للنسخة الورقية -مع تغييرات طفيفة- أو نشأت عبر الويب ولكنها تنطلق من التجارب الورقية وتقتفي أثرها على مستوى إعداد المحتوى والصفة الدورية، فهي لم تستثمر بعد الخصائص التي توفرها شبكة الويب. ذلك أن التكلفة الكبيرة لإعداد المحتوى الإعلامي الأصيل تدفع غالبية المؤسسات إلى أن تُدخِل الحد الأدنى من العمليات التحريرية على المادة الإعلامية التي توفرها وكالات

(1) فندوشي، الإعلان عبر الإنترنت: دراسة وصفية تحليلية مقارنة، مرجع سابق، ص 209.

الأنباء، أو يوفرها الصحفيون المواطنون، أو توفرها شبكات التواصل الاجتماعي، والمتلقي لن يدفع لمحتوى يمكن أن يحصل عليه في مكان آخر مجانًا عبر محركات البحث. كما أن صعوبة حماية المادة الإعلامية من النسخ والتمرير، يجعل من الصعب الاعتماد على مداخيل تأتي من خلال بيع المحتوى إلا في نطاق ضيق لمؤسسات بعينها شريطة أن يُفصَّل المحتوى الإعلامي ليناسب حاجياتها.

هكذا، نجد أن الصحف الإلكترونية العربية لا تعتمد على بيع المحتوى من خلال الاشتراكات لعدم قدرتها على توفير المحتوى المتميز الذي يستجيب لحاجيات جهات بعينها تبحث عن المحتوى الإعلامي الذي يتجاوز الأخبار المتبادلة إلى المحتوى الإعلامي التحليلي أو الاستقصائي أو المعلوماتي الذي تحتاجه مراكز البحوث والشركات والمؤسسات الحكومية.

4.3.مرتكزات النموذج الاقتصادي للصحافة الإلكترونية العربية

تشير الدلائل المستمدة من التجارب الإعلامية العالمية والعربية إلى صعوبة استمرار الإعلام التقليدي في ظل «هروب» جماهيره إلى الإعلام الجديد؛ حيث يتوفر المحتوى الإعلامي مجانًا عبر مواقع الويب والتطبيقات المحمولة وشبكات التواصل الاجتماعي. هذا الأمر ينطبق على الصحافة العربية التي أُجبرت على التواجد عبر الويب ومن ثم تقليص نفقات إنتاج نسخها الورقية والتحوُّل التدريجي نحو تبني اقتصاديات الصحافة الإلكترونية التي تعتبر حتى الآن أقل ربحية من الصحافة الورقية بحكم كون المعلن -الذي هو مصدر رئيس لمداخيل الصحافة الورقية- تتوفر له خيارات أكثر فعالية وأقل تكلفة من ذي قبل.

يرتكز النموذج الاقتصادي للصحافة الإلكترونية -مثلها مثل بقية المشاريع الاقتصادية- على النفقات الضرورية لإطلاق المشروع وتسييره، والمداخيل التي قد تغطي هذه النفقات وتفيض محققة الربح. وهناك ارتباط وثيق بين حجم النفقات ونوعيتها من جهة، وتحقيق المداخيل من جهة أخرى. هذه العلاقة ليست طردية أو عكسية بسيطة، بل علاقة معقدة تكون أحيانًا طردية وأحيانًا أخرى عكسية وفقًا للظروف والمتغيرات التي تواكب عملية إطلاق المشروع أو تواكب تسييره في الأوقات الطبيعية أو أوقات الأزمات. ففي مرحلة إطلاق المشروع قد تنشأ علاقة طردية بين الإنفاق وقوة وجودة انطلاق المشروع؛ وبعدما ينطلق المشروع قد تؤدي زيادة الإنفاق إلى تقليص الأرباح (علاقة عكسية). وفي بعض الحالات، قد تنشأ علاقة عكسية

بين ضعف الإنفاق على إطلاق المشروع وزيادة الأرباح إذا صاحب عملية الإطلاق قدر من الحماس والصمود والإبداع والتفرد مما يجعل المشروع يبدأ بإمكانيات متواضعة ولكن سرعان ما ينمو ويحقق نجاحًا باهرًا.

1.4.3.نفقات الصحافة الإلكترونية العربية

أهم ميزة للصحافة الإلكترونية، أن نفقاتها أقل بكثير من نفقات الصحافة الورقية؛ لأن هذه النفقات تكاد تقتصر على مرحلة الإنتاج الرَّقمي للمحتوى، بينما ترتفع نفقات الصحيفة الورقية عندما يتم تحويل المحتوى الرقمي إلى سلعة ورقية. ثم عملية إيصال هذه السلعة الورقية إلى القارئ.

كما أن الصحافة الإلكترونية استفادت من التسارع التكنولوجي الذي جعل الأجهزة المستخدمة في إنتاج المحتوى الإعلامي أجهزة شعبية يسهل امتلاكها من لدن عامة الناس، بينما كانت الأجهزة المستخدمة في إنتاج المحتوى الإعلامي التقليدي أجهزة مختصة باهظة الثمن. فالصحفي الإلكتروني جاء في عصر يستطيع فيه أن ينتج محتوى إعلاميًّا باستخدام هاتفه النقال الشخصي دون أن يكلف المؤسسة الإعلامية أي مبالغ إضافية تتعلق بتخصيص أجهزة أو تهيئة مكان العمل أو بالتنقل عبر الأمكنة. ولا شك في أن الصحافة التقليدية كذلك استفادت من هذه البيئة المهنية التي توفرت للصحافة الإلكترونية.

وبحكم أن الصحافة الإلكترونية تعتمد اعتمادًا كبيرًا على شبكة الإنترنت، فإن نفقاتها تنسجم مع نفقات كافة السلع والخدمات التي تعتمد على الإنترنت وعنوانها الرئيس: رخص الثمن وتكلفة الإيصال التي تكاد تقترب من الصفر مقارنة بعصر ما قبل الإنترنت.

تشتمل نفقات الصحافة الإلكترونية على تكلفة العنصر البشري الذي يضطلع بمهام إعداد المحتوى وتقديم الدعم التقني واللوجستي اللازم، والتجهيزات التقنية الضرورية لإنجاز العمل في كافة مراحله؛ وتكلفة حماية موقع الويب وعمليات الدفع الإلكتروني؛ وتكلفة الحصول على بعض مكونات المحتوى الإعلامي؛ وتكلفة المقر وتجهيزاته المكتبية، ويمكن تفصيلها في النقاط التالية:

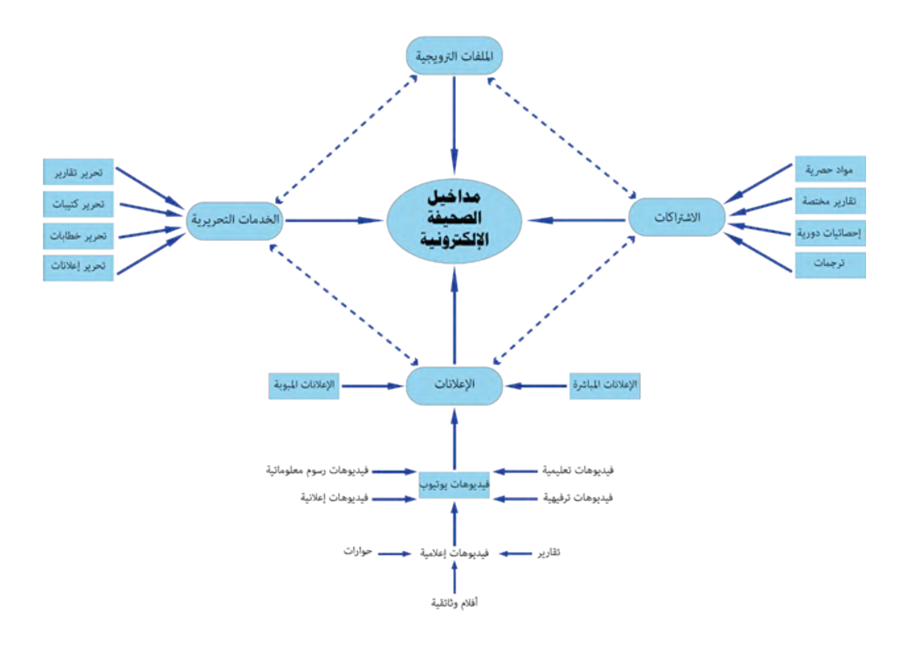
1. تعتمد الصحافة الإلكترونية على مفهوم الصحفي الشامل الذي يقوم بمجموعة أدوار؛ وهذا يؤدي إلى تقليص تكلفة العنصر البشري سواء تعلق الأمر بإعداد المحتوى أو الدعم اللوجستي أو الفني.
2. تستطيع الصحافة الإلكترونية أن تحصل على نسبة كبيرة من المحتوى الإعلامي المجاني من الصحفيين المواطنين وشبكات التواصل الاجتماعي. لذا، غالبًا ما تحتاج الصحافة الإلكترونية إلى عدد قليل من مُعدي المحتوى الذين يعملون بدوام كامل.
3. تستغني الصحافة الإلكترونية عن بعض العناصر البشرية كالسائقين والعاملين في مجال الأرشيف والمكتبات، وتكتفي بالحد الأدنى من موظفي الحسابات والموارد البشرية والمشتريات، باعتبار أن البيئة الرقمية تقدم حلولًا برمجية تغني عن بعض الموظفين التقليديين في هذه المجالات.
4. تحتاج الصحافة الإلكترونية إلى تجهيزات تقنية محدودة؛ بالإضافة إلى برمجيات متنوعة في مجال التصميم ومعالجة الوسائط التواصلية المختلفة. بعض هذه البرمجيات احترافي يتم الحصول عليه عبر الشراء أو الاستئجار، والبعض الآخر مجاني تُقدِّمه المصادر المفتوحة.
5. من أهم نفقات الصحافة الإلكترونية، تكلفة حماية موقع الويب الخاص بالمؤسسة الإعلامية وحساباتها الأخرى البريدية وعبر شبكات التواصل الاجتماعي. وهذه الحماية ضرورية قبل البدء في التجارة الإلكترونية التي تتم بين المؤسسة الإعلامية ومستهلك المحتوى الإعلامي، أو بينها وبين المعلنين أو شركات الإعلان.
6. وتدفع الصحافة الإلكترونية لبعض الجهات التي توفر المحتوى الإعلامي المتخصص أو المميز كوكالات الأنباء والمواقع المختصة في توفير الصور الفوتوغرافية ذات الجودة العالية مثل (Shutterstock) بالإضافة إلى الدفع مقابل الحصول على بعض المواد الإعلامية الحصرية التي ينتجها الصحفيون المواطنون وغيرهم من الهواة.
7. ومن بين النفقات الثابتة، تكلفة مقر الصحيفة الإلكترونية وتجهيزاته المكتبية، علمًا بأنها غالبًا ما تكون أقل بكثير مقارنة بمقر الصحيفة الورقية وتجهيزاته.

2.4.3.مداخيل الصحافة الإلكترونية العربية

في أية دراسة جدوى لمشروع اقتصادي، غالبًا ما لا يُشكِّل حساب النفقات صعوبة مقارنة بحساب المداخيل، خاصة إذا كانت هذه الأخيرة متغيرة ورهينة لعوامل -كالتطور التكنولوجي- بإمكانها أن تقلب التوقعات رأسًا على عقب. لقد جاءت الصحافة الإلكترونية لتُشكِّل امتدادًا -وربما بديلًا- لصناعة الصحافة التي تستمد مداخيلها من الإعلانات ومبيعات النسخ والاشتراكات ومن ثم تستمد ربحها. جاءت الصحافة الإلكترونية في عصر أصبحت فيه المعلومات مطروحة مجانًا في فضاءات رحبة تتسع لكافة الناس دون عائق يُذْكَر من إمكانياتهم المادية ومدى تطور المجتمعات التي ينتمون إليها. إذن، التحدي الأكبر للصحافة الإلكترونية يكمن في كيفية تحقيق مداخيل مجزية في هذه الفضاءات.

تقترح هذه الدراسة أن يرتكز النموذج الاقتصادي لمداخيل الصحافة الإلكترونية العربية على أربعة مصادر: الإعلانات، والخدمات التحريرية، والاشتراكات، والملفات الترويجية. ويوضح الشكل رقم (2) كيف تصبُّ هذه المصادر الأربعة وتفرعاتها في مداخيل الصحيفة الإلكترونية، إذا نجحت في تقديم محتوى إعلامي متميز.

الشكل رقم (2) يبيِّن مصادر دخل الصحافة الإلكترونية العربية



قبل التطرق لمكونات هذا النموذج، لابد من توضيح بعض النقاط المتعلقة بحدود تطبيقه وإمكانية مواكبته للمستجدات وقدرته على التكيف في المجتمعات العربية المختلفة والتي يتباين تعاطيها مع الإعلام من حيث الظروف التي توفرها الجهات الرسمية أو من حيث عادات التلقي. ومن أهم هذه النقاط نذكر الملاحظات الأربع التالية:

- لا يهتم هذا النموذج الاقتصادي بالمداخيل التي تتخذ طابع الدعم سواء تعلق الدعم بجهات حكومية أو مراكز نفوذ لها مآرب غير اقتصادية (والمآرب الاقتصادية تعني تقديم تمويل يتم استرداده من خلال النشاط الذي تقوم به المؤسسة زائدًا الأرباح). فالدعم يجعل مكونات النموذج الاقتصادي للمؤسسة الإعلامية مجرد دخل ثانوي لا تناضل المؤسسة من أجل الحصول عليه.

- نجاح هذا النموذج رهين بأداء العاملين في المؤسسة الإعلامية الإلكترونية والقائمين على أمرها انطلاقًا من وعي اقتصادي يجعل إعداد المحتوى وإعداد الشكل أكثر تلبية لحاجيات المتلقي-المستهلك. والسؤال الرئيس هنا الذي يحتاج إلى إجابة مسبقة: ما الذي يجعل المتلقي يدفع مقابل الحصول على الخدمة الإعلامية التي تُقدِّمها المؤسسة الإعلامية الإلكترونية؟

- هناك تفاعل وتكامل وانسجام بين المكونات الأربع للنموذج (يُشار إليه من خلال الخط المتقطع الذي ينتهي بسهمين للدلالة على التدفق من كل مكون نحو الآخر). فكل مكون يخدم المكونات الثلاثة الأخرى من خلال التمايز عنها وتقديم خدمات تناسب فئة معينة من الجمهور؛ الأمر الذي يقدم لطالب الخدمة الإعلامية خيارات عدَّة تناسب ميزانيته وجمهوره المستهدف.

- قائمة مكونات النموذج ليست نهائية، بل قابلة للتوسع أو الاستبدال أو التقلص وفقًا للسياقين التاريخي والجغرافي، ووفقًا لتخصص الصحيفة الإلكترونية ورؤيتها وقدرتها على ابتكار خدمات جديدة استنادًا إلى المستحدثات التكنولوجية.

1.2.4.3.مداخيل الإعلانات

لم تتغير الإعلانات باعتبارها المصدر الرئيس لمداخيل المؤسسات الإعلامية لارتباطها بالفوائد المباشرة التي يجنيها المُعلِن في الجانب التسويقي للسلعِ أو الخدمات، أو الجانب الإعلامي المعرفي من خلال نشر المعلومات والأفكار. هكذا تُشكِّل الإعلانات المصدر الرئيس لدخل الصحافة الإلكترونية، وأكثر المشجعين على النجاح؛ ففي الأوضاع الطبيعية، تصبح العلاقة بين نجاح المؤسسة الإعلامية في الوصول إلى الجمهور وكثرة الإعلانات علاقة طردية.

يقوم نموذج اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية على سعي المؤسسة الإعلامية لجلب كافة أنواع الإعلانات سواء كانت مباشرة أو مبوبة أو إعلانات معروضة ضمن فيديوهات اليوتيوب التي تنتجها المؤسسة الإعلامية.

فالإعلانات المباشرة هي التي يتم عرضها عبر صفحات الصحيفة الإلكترونية المضمَّنة في موقعها على الويب وتخضع لتسعيرة تحددها الإدارة. تستطيع هذه الإعلانات أن تُدِرَّ ربحًا كبيرًا إذا نجح موقع الصحيفة الإلكترونية في اجتذاب أعداد كبيرة من المتلقين المتفاعلين مع الإعلان الذي يظهر مع المحتوى. وهنا تتضافر جاذبية المحتوى مع جاذبية الإعلان لتحقيق أهداف الطرفين: المعلِن والمؤسسة الإعلامية.

أما الإعلانات المبوبة، فقد تصبح مصدرًا رئيسًا للدخل إن استطاعت تقديم خدمة مميزة للمعلنين وللجمهور من حيث جودة تصميم الإعلانات أو شمولية وسهولة الوصول إلى الإعلانات إذا تم عرضها عبر منتدى خاص بالصحيفة الإلكترونية، وحظي بالترويج اللازم الذي يجذب صغار المعلنين.

ويركز النموذج على النوع الثالث من الإعلانات، والذي يعتمد على زخم شبكات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها اليوتيوب التي أصبحت مصدرًا رئيسًا لمداخيل الإعلانات الرَّقمية. تستطيع الصحيفة الإلكترونية أن تحقق أقصى درجات الاستفادة من إعلانات مقاطع الفيديو التي تُضمِّنها قناتها الخاصة ضمن شبكة اليوتيوب، إذا نوَّعت في محتويات الفيديوهات بحيث تتضمن فيديوهات تعليمية، وفيديوهات رسوم معلوماتية، وفيديوهات ترفيهية، وفيديوهات إعلامية، وفيديوهات إعلانية[1]

---

(1) لمزيد من التفاصيل، راجع: محمد الأمين موسى، "اقتصاديات الصحافة العربية: الواقع والنموذج"،

2.2.4.3.مداخيل الاشتراكات

على الرغم من أن الاشتراكات لا ترقى إلى مستوى الإعلانات من حيث رفدها لمداخيل الصحافة الإلكترونية، إلا أنه يمكن تفعيلها من خلال إنتاج محتوى متميز يستحق الاهتمام من قِبَل الجهات والأفراد المستفيدين. وإذا كانت الاشتراكات التي تحصل عليها الصحافة المطبوعة تقوم على السمعة الكلية للمؤسسة الإعلامية، فإن اشتراكات الصحافة الإلكترونية تنبني على المحتوى المخصوص الذي يلبي الحاجيات الفردية والجماعية، ولا يمكن الحصول عليه مجانًا عبر شبكة الويب.

تستدعي الاشتراكات أن تُنْتِج المؤسسة الإعلامية محتوى غير متاح لمتصفحي موقع الصحيفة ولا يمكن الوصول إليه إلا من خلال الولوج بواسطة أرقام سرية. وهذا المحتوى يجب أن يتسم بالأصالة والقيمة التي تستحق الدفع والمنفعة البائنة التي يجنيها المشترك.

يقترح نموذج اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية الاهتمام بالاشتراكات وتعزيزها من خلال تقديم المواد الحصرية، والتقارير المختصة، والإحصائيات الدورية، والترجمات.

3.2.4.3.مداخيل الخدمات التحريرية

إذا كانت الاشتراكات تستهدف حق الحصول على مواد إعلامية مختارة تنتجها الصحيفة الإلكترونية، فإن الخدمات التحريرية تقوم على الإنتاج تحت الطلب؛ الأمر الذي يُغيِّر مفهوم الصحافة التي تمارس الإعلام القائم على هيمنة الإلقاء على التلقي، لتصبح المؤسسة الإعلامية بيت خبرة يمتلك كفاءات بشرية ماهرة في إعداد المحتوى الإعلامي المطلوب انطلاقًا من ميزة التعهيد التي تضمن الحصول على مواد إعلامية احترافية دون الحاجة إلى توظيف إعلاميين متفرغين، وتشمل الخدمات التحريرية:

أ. تحرير التقارير: ويقصد بها التقارير الإخبارية التي تحتاجها المؤسسات لتُعَزِّز بها محتوى مواقعها على الويب إن لم تقم بتوظيف محررين متفرغين للعمل الصحفي.

مركز الجزيرة للدراسات، 2 أكتوبر/ تشرين الأول 2017، (تاريخ الدخول: 6 نوفمبر/ تشرين الثاني 2017)، https://bit.ly/2yWcfoP.

ب. تحرير الكتيبات: ويشمل الكتيبات التي تُبرِز الأنشطة السنوية للمؤسسات، والمطويات التعريفية.

ج. تحرير الخطابات: تحتاج الخطابات التي تُلقى في المناسبات –سواء كانت سياسية أو غيرها– إلى خبرة المحررين الصحفيين، لذا تستطيع المؤسسات الإعلامية تقديم هذه الخدمة من خلال الاستعانة بالمحررين المختصين في المجالات المختلفة.

د. تحرير الإعلانات: وهي خدمة مطلوبة وتحتاج إلى خبرة وموهبة، إذا توافرت في بعض المنتسبين للمؤسسة الإعلامية، فقد تُدرِّ دخلًا معتبرًا بسبب ازدياد الحاجة للإعلانات.

4.2.4.3.مداخيل الملفات الترويجية

يقصد بالملفات الترويجية مجموعة المواد الإعلامية التي تروج لمؤسسة أو نشاط أو فرد ما، وتتضمن مختلف الفنون التحريرية كالمقالات والتقارير والمقابلات والاستطلاعات والإعلانات، بحيث تشكِّل وحدة تواصلية من خلال انسجام المحتوى والشكل وفق رؤية وفلسفة محددة. ولكي تستفيد الصحيفة الإلكترونية من الملفات الترويجية كمصدر دخل، عليها أن تحرص على توظيف العناصر البشرية التي تجمع بين مهارات الإعلام والعلاقات العامة والتسويق، حتى تُقدِّم خدمة متميزة تستحق الدفع المجزي.

4 - تحديات الاستثمار في قطاع الصحافة الإلكترونية العربية

على الرغم من أن نموذج اقتصاديات الصحافة الإلكترونية (على صعيد المداخيل) يبشر بمستقبل واعد، إلا أن هذه الصحافة تواجه –في وقتنا الراهن والمستقبل القريب– تحديات تقف في طريق ازدهار قطاع الصحافة الإلكترونية وحملها لراية الإعلام. وأبرز التحديات، هي: التحديات المالية والإدارية؛ والتحديات المهنية؛ والتحديات التشريعية والسياسية.

1.4 التحديات المالية والإدارية

تعود التحديات المالية التي تواجه الصحافة الإلكترونية العربية إلى صعوبة الحصول على رؤوس أموال كافية مستندة إلى دراسات جدوى اقتصادية تضمن للصحيفة الإلكترونية

التدفقات النقدية الكفيلة بالاستمرارية والتطوير والنمو، وما ينتج عن ذلك من تعقيدات إدارية. ويمكن حصر أبرز هذه التحديات في الآتي:

أولًا: صعوبة تحويل محتوى الصحيفة الإلكترونية إلى سلعة تباع للمتلقي مثلما يحدث مع الصحيفة الورقية؛ الأمر الذي يحصر جل المداخيل في الإعلانات أو الصرف من رأس المال، وهذا يقود إلى العمل بطاقم إداري قليل لا يتناسب مع الحاجيات التسييرية للصحيفة الإلكترونية مقارنة بالمؤسسات الأخرى.

ثانيًا: عدم توافر البنية التحتية التقنية التي تمكِّن الصحيفة الإلكترونية من ممارسة التجارة الإلكترونية. وغالبًا ما تتكون البنية التحتية الفعالة من نظام بنكي متطور وشبكة إنترنت متوافرة وتشريعات ملائمة وحماية إلكترونية قوية.

ثالثًا: ضعف معرفة مُسيِّري الصحف الإلكترونية بمطلوبات إدارة المؤسسات الإلكترونية وافتقار بعضهم للمهارات اللازمة للتعامل مع بيئة رقمية متطورة ومتسارعة على مستوى الأجهزة والبرمجيات والاستهلاك وأساليب الترويج.

رابعًا: غياب الإمكانيات اللازمة لتطوير الموارد البشرية المنتمية للصحيفة الإلكترونية، حتى تواكب التطور المتسارع في المجال؛ الأمر الذي ينعكس سلبًا على قدرة الصحيفة الإلكترونية على المنافسة والريادة، خاصة في ظل المنافسة الشرسة للصحافة الإلكترونية من لدن شبكات التواصل الاجتماعي.

2.4.التحديات المهنية

ونقصد بالتحديات المهنية، الصعوبات التي تواجه الإعلاميين في ممارسة مهنة الصحافة الإلكترونية وفقًا للأسس العلمية التي تقتضي التماهي مع خصائص شبكة الويب، وإنتاج المحتوى الإعلامي الذي يوظف هذه الخصائص ويستفيد من التكنولوجيات المصاحبة لها؛ الأمر الذي يجعل المحتوى الرقمي الخاص بالصحافة الإلكترونية متمايزًا عن نظيره الخاص بالصحافة المطبوعة. ومن أبرز هذه التحديات، ما يلي:

أولًا: صعوبة التحوُّل من العلاقة التواصلية المتمثلة في قيام الصحافي بدور الملقي وقيام الجمهور بدور المتلقي، وذلك ضمن توافر الحد الأدنى من التفاعلية، إلى العلاقة التواصلية

الجديدة القائمة على توفير التفاعلية والنظر إلى الصحفيين والجمهور باعتبارهم متواصلين لهم القدرة على الإلقاء والتلقي باستخدام كافة الوسائط التواصلية التي تتيحها الويب وتطبيقاتها المختلفة. ويبدو جليًّا عدم استفادة جل الصحف الإلكترونية العربية من إمكانيات التفاعلية التي تسمح للقرَّاء بالتعليق على المواضيع الإعلامية المنشورة عبر صفحات الويب[1]

ثانيًا: بطء تحول مؤسسات التكوين والتدريب الإعلامي (جامعات ومعاهد ومراكز تدريب) نحو تبنِّي المقررات والخطط الدراسية التي تؤهل الدارسين لممارسة الصحافة الإلكترونية وفقًا للأسس العلمية الصحيحة (من خلال دراسة الصحافة الإلكترونية وصحافة الموبايل وصحافة الوسائط المتعددة وصحافة شبكات التواصل الاجتماعي والمهارات التواصلية الرقمية وغيرها من المقررات التي تواكب تطور الصحافة الإلكترونية). فالجيل المعاصر من دارسي وممارسي الإعلام، يجب أن يمتلك ناحية المفاهيم والفلسفات الكامنة وراء ثورة تكنولوجيات المعلومات والاتصالات التي استندت إليها الصحافة الإلكترونية، فيفهم كيفية اشتغالها، ومن ثم كيفية توظيفها.

ثالثًا: استيعاب التغيُّرات السريعة والمتلاحقة في عادات التلقي والتفاعل عبر الشاشات الرقمية. وهذا يتطلب معرفة كيفية إنتاج محتوى يتواءم مع هذه الشاشات، ويجعل المحتوى الإعلامي منافسًا للمحتويات الأخرى.

رابعًا: القدرة على استقطاب الإعلاميين الموهوبين للعمل في فضاءات الصحافة الإلكترونية العربية في ظل وجود شبكات التواصل الاجتماعي التي توفر إمكانية الحصول على مداخيل مادية كبيرة من خلال نشر المحتوى الرقمي (قنوات اليوتيوب ومنصات الإنستغرام وغيرها من الشبكات التي تنشر الإعلانات التجارية عبر صفحات مشتركيها).

---

(1) أسفر تصفح الباحث لمواقع الصحف العربية خلال يومي 12 و13 مايو/ أيار 2018 عن وجود 61 موقعًا يتضمن جُلُّها وسائل للتفاعلية تتمثل في تمكين القرَّاء من إضافة تعليق للموضوع الإعلامي أو إرسال رسالة إلكترونية حول الموضوع، ولكن هذه الوسائل غير مفعلة، إما بسبب إحجام القراء عن التعليق أو بسبب عدم اهتمام هذه الصحف بالتعاطي مع تعليقات القراء من حيث تلقيها وتحريرها ونشرها. وتضمنت القائمة صحفًا تنتمي لـ14 دولة عربية.

3.4.التحديات التشريعية والسياسية

إن البيئة السياسية التي تعيش فيها الصحافة الإلكترونية العربية تشكِّل أكبر تحد لها من حيث توفير مناخ حرية التعبير التي جاءت ثورة الويب لتحققها. فقد درجت جل الأنظمة السياسية العربية على السيطرة على وسائل الإعلام بشتى السبل التشريعية والترغيبية والترهيبية، وعندما أتاحت الويب للإعلام العربي إمكانية التحرر من الهيمنة السياسية لم يكن الأمر سهلًا وبرزت التحديات ذاتها التي كبَّلت الإعلام التقليدي لِتُكَبِّل الصحافة الإلكترونية العربية وتُعوِّقَ تَقَدُّمها. ومن بين هذه التحديات نذكر:

أولًا: التشريعات التي تضيِّق الخناق على الصحافة الإلكترونية بعدما تحررت من قيد الترخيص ورأس المال الضخم الذي تهيمن عليه الأنظمة السياسية وأذرعها الاقتصادية. فبعد أن كانت الأجهزة الرقابية تحدُّ من حرية التعبير في الصحافة المطبوعة من خلال الرقابة القَبْلِيَة أو البَعْدِية، سعت الأنظمة السياسية العربية إلى سنِّ تشريعات تجرِّم التناول الإعلامي لكثير من القضايا عبر الإعلام الإلكتروني وملاحقة القائمين عليه والإعلاميين ومنتجي المحتوى الرقمي؛ الأمر الذي يجبرها على الهجرة خارج الحدود الجغرافية التي يسري عليها التشريع.

ثانيًا: تستهدف بعض التشريعات التي تسعى للحد من النشر الإعلامي عبر الويب، إلحاق عقوبات قاسية على الصعيدين المالي والتعزيري بقصد إفلاس المؤسسة الإعلامية أو حرمان الصحافي من ممارسة المهنة من خلال حبسه أو منعه من الكتابة، أو –على الأقل– تحريض المؤسسة الإعلامية أو إجبارها على التخلي عن خدماته.

ثالثًا: تحدي تأثير عدم الاستقرار السياسي على الوضع الاقتصادي ومن ثم التأثير السلبي على اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية.

رابعًا: استفادت بعض الأنظمة السياسية العربية من ضعف التزام المتواصلين عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأخلاقيات مهنة الإعلام الذين درجوا على ترويج الإشاعات والأخبار الكاذبة والمزيفة، فعمدت إلى سن تشريعات لا تفرق بين الإعلاميين المهنيين الناشطين عبر الصحافة الإلكترونية، والصحفيين المواطنين، وعامة المتواصلين عبر شبكات التواصل الاجتماعي. فالتهمة جاهزة للصحيفة الإلكترونية التي تنشر ما يقلق النظام –خاصة حالات الفساد– بأنها تنشر الأخبار الكاذبة أو تهدد الأمن والسلم الاجتماعي أو تدعم الإرهاب.

خاتمة

تخلص الدراسة إلى أن هناك تحديات كبيرة تواجه الاستثمار في مجال الصحافة الإلكترونية إذا انطلق المستثمر من النموذج الاقتصادي الذي اتبعته وسائل الإعلام التقليدية؛ لذا تحتاج الصحافة الإلكترونية إلى نموذج اقتصادي يتواءم مع الخصائص التواصلية لشبكة الويب والتواصل الإنساني عبر الإنترنت، ويستجيب للمستجدات التي تظهر مع تَغَيُّر حاجيات المتلقين للمحتوى الإعلامي وتَغَيُّر عاداتهم في التلقي؛ فثمة خدمات جديدة تظهر بكيفية متسارعة وتحتاج من يكتشف مكامن الربح فيها ويستغلها في الوقت المناسب.

إن نموذج اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية الذي تم اقتراحه في هذه الدراسة، يرسم الملامح العامة لتنوع المداخيل مع التركيز على جودة المحتوى الإعلامي والقدرة على الاستفادة من مواهب الموارد البشرية ومهاراتها في تقديم خدمات إعلامية لا تتوفر في فضاءات الويب مجانًا، خاصة تلك المؤسسات والجهات التي تبحث عن المحتوى المثمر.

استرشادًا بهذا النموذج، توصي الدراسة بالتركيز على الجوانب التالية عند التفكير في الاستثمار في مجال الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي[1]:

1. التركيز على توفير الجودة (في المحتوى والشكل) منذ الانطلاقة.
2. الاسترشاد بأسس التواصل الفعَّال عند التخطيط لمشروع الصحيفة الإلكترونية.
3. تجاوز المفهوم التقليدي لوسائل الإعلام ودورها في المجتمع، وتبنِّي المفهوم الموسَّع الذي يجعلها أكثر اندماجًا في المجتمع.
4. تبنِّي طرق جديدة في تسعير المحتوى الإعلامي الرقمي.
5. التأهيل المستمر للموارد البشرية التابعة للمؤسسة الإعلامية.

---

(1) لمزيد من التفاصيل، راجع: موسى، "اقتصاديات الصحافة العربية: الواقع والنموذج"، مرجع سابق.

الفصل الرابع

الصحافة الإلكترونية العربية والمجال العام
فضاءات مشتركة للاستقطاب والمشهدية

نصر الدين لعياضي
أستاذ الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر

تكشف مراجعة الأدبيات العربية التي تناولت موضوع الصحافة الإلكترونية عن لبس في تعريفها. ونعتقد أن سببه يعود إلى عدم التمييز بين المفهومين: الاتصال (Communication) والإعلام (Information) من جهة، وعدم التَّفْريق بين الصحافة كنشاط ومهنة لا تقتصر على وسيلة إعلامية واحدة، والأخبار الإلكترونية كمنتَج من جهة أخرى. إضافة إلى الحديث عنها بمخيال الصحافة المطبوعة. لذا، يتوجب في البدء الاستناد إلى تعريف الصحافة الإلكترونية الذي يبدو أنه لقي قبولًا واسعًا لدى المهتمين وحظي بإجماع المختصين. «يحيل مفهوم الصحافة الإلكترونية أولًا إلى المحتوى الاعلامي المنتَجُ في إطار مشروع تحريري. إن مفهوم الإعلام المنقول عبر حوامل رقمية واسع جدًّا يتضمن الكثير من المواد بدءًا بالبيانات وصولًا إلى الحديث الأكثر عناية في صياغته. بينما يندرج الإعلام الصحفي صراحة في إطار وسائل الإعلام، ويقوم بدورها التقليدي في المجتمع: ممارسة مهمة الوسيط بين الأحداث والظواهر والمشاكل التي تطرأ في المجتمع وأعضائه (...) فما تقدمه الصحافة الإلكترونية من محتوى هو ثمرة المعالجة الصحفية؛ أي البحث عن الأخبار والمعلومات، وجمعها وتحليلها، وعرض الأحداث».[1]

لقد ظلت الصحافة المطبوعة لمدة تزيد عن ثلاثة قرون تنمو في ظل التغيير «العادي»؛ إذ خضعت إلى المبادئ ذاتها، ولروتين الإنتاج عينه، ولإيقاع تقديم الأخبار نفسه، وللطريقة في التوجه للقارئ ذاتها، ولِبنْيات لجمع الأخبار عينها[2] لكن اليوم تغيرت البيئة الإعلامية تغييرًا جذريًّا وغيَّرت ما كان يعتبر من ثوابت المهنة. لقد تحولت شبكة الإنترنت إلى فضاء للمواجهة الرمزية حول تحديد الهوية المهنية للصحافة التي تعيش تغييرًا دائمًا[3]

تاريخيًّا، ظهرت الصحافة الإلكترونية مع الاستخدام الاجتماعي للجيل الأول من الويب، ثم واكبت تطور جيله الثاني واستفادت من إمكانياته التقنية والاتصالية، وأصبح من الصعوبة

(1) Jean-Marie Charon et Patrick Le floch, la presse en ligne (Paris: la Découverte, 2013), 4.

(2) Eugenia Siapera and Andreas Veglis, The Handbook of Global Online Journalism (UK: Wiley-Blackwell, 2012), 3.

(3) Olivier Tredan, “Le Journalisme Citoyen en ligne: un public réifié?,” Hermès, no. 47, Janvier 2007, “accessed March 21, 2018”. https://bit.ly/2GsT6kN.

بمكان الحديث عنها دون الأخذ بعين الاعتبار تداعيات استعانتها بالمنتديات الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، والمدونات الإلكترونية. ولئن ظل الإعلام الخاصية الأساسية التي تشخِّص الصحافة؛ أي إطلاع عدد من الناس على الأحداث الواقعية، إلا أن الجيل الثاني من الويب غيَّر «الحامض النووي» للأخبار نظرًا للخاصيتين الأساسيتين اللتين يتمتع بهما، وهما: الآنية والتفاعلية. فلم يعد اهتمام الصحافة يرتكز على ما جرى فحسب، بل اتجه أيضًا إلى الانشغال بردود الفعل على ما جرى وتبعاته. فأصبح باستطاعة كل من يملك أدنى حد من الكفاءة التقنية والعُدَّة التكنولوجية المتصلة بشبكة الإنترنت أن ينخرط في ديناميكية تحوُّل الحامض النووي للأخبار.

من الناحية الإجرائية، تحصر العديد من البحوث الأمبريقية في المنطقة العربية[1] الصحافة الإلكترونية في مجمل الصحف التي تصدر طبعتها في شبكة الإنترنت بجانب نسختها الورقية. وتتسم الطبعة الإلكترونية بسمتها الإخبارية التي تتخذ النسخة الورقية مرجعًا لها. ويحتفظ صحافيوها بسلطة انتقاء الأخبار وصياغتها ونشرها مع التفاعل المحدود جدًّا والمراقب مع قرائها/ مستخدميها. هذا إضافة إلى الصحف التي تنشئ موقعًا لها في شبكة الإنترنت دون أن تملك نسخة ورقية لكن نشاطها يظل قائمًا على صحافيين محترفين.

ويلتقي الاجتهاد النظري والبحوث الأمبريقية في تشخيص سمات الصحافة الإلكترونية في العناصر التالية: التفاعلية (Interactivity)، والكتابة غير الخطية-المتشعبة أو الفائضة (Hypertextuality)، وتعددية الوسائط (Multimediality).

يؤكد مسح التجارب المختلفة في العالم حقيقتين، وهما:

1 - رغم التأكيد على أهمية حامل الصحافة الإلكترونية وتفعيل السمات الثلاثة المذكورة أعلاه، التي أحدثت تغييرًا جذريًّا في الصحافة المعاصرة على مستوى نمط الإنتاج الصحفي ومعاييره وعلى صعيد اقتصاديات الصحافة، إلا أنه يمكن القول: إن مكتسبات الممارسة الصحفية في

---

(1) نذكر على سبيل المثال فقط:

- جاسم محمد الشيخ جابر، "الصحافة الإلكترونية العربية، المعايير الفنية والمهنية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية"، في: أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، (جامعة البحرين، 7-9 أبريل/ نيسان 2009)، ص 391-412.
- رابح عمار، الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني: دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية، (أطروحة دكتوراه، جامعة وهران 2، 2017)، ص497.

بيئة الويب لا تحيلنا إلى نموذج وحيد للصحافة الإلكترونية يُوحّد مختلف التجارب ويُنَمِّطُها.

2 - كانت الصحافة «الإلكترونية»، ولا تزال، حقلًا للتقليد -تقلد بعضها البعض- وميدانًا للتجريب. تقاوم في البداية أي مبتكر تكنولوجي جديد ثم تتبناه وتتملكه. فالكثير من عناوين هذه الصحافة اعتبرت المدونات الإلكترونية منافسًا خطيرًا لها، وناصبها صحافيوها العداء. ثم اتجهت جل مواقع الصحف في شبكة الإنترنت إلى احتوائها وإدراجها في استراتيجيتها الاتصالية أو التسويقية. لتنتهي إلى التخلي عنها تدريجيًّا.[1] وتكررت الحكاية ذاتها مع الميديا الاجتماعية لتنتهي باستخدامها لمآرب مختلفة سواء كمصدر إخباري أو كحامل للمضامين الصحفية أو كفضاء للنقاش والحوار. وقد سبق للعديد من الصحف الإلكترونية أن فتحت صفحاتها للقارئ ليتفاعل مع ما تنشره من مضامين بالتعليق والتعقيب، ثم بدأت تتراجع عن هذا الاختيار جزئيًّا إلى غاية إلغائه كليًّا.[2]

لا تؤكد هذه الحقائق عدم استقرار الصحافة الإلكترونية على شكل معين فحسب، بل ترافع عن البراديغم البنائي الذي يعتبر الصحافة عملية بناء اجتماعي للواقع في تحوُّل دائم وابتكار متواصل.[3]

---

(1) نشير إلى أن صحيفة "لوموند" (Le Monde) الفرنسية أنشأت في 2004 منصة جمعت 761 مدونة لصحافييها وقرائها وللخبراء والأكاديميين، وتخلت عنها في 2016 لتستعين بمنصات أخرى. وكانت قد استعانت قبلها بمنصة الدردشة (Chat). وكفَّت صحيفة "نيويورك تايمز" (The New York Times) في السنة ذاتها عن نشر المدونتين: "بيتس" (Bits) و"سيتي روم" (City Room) اللتين حظيتا بمتابعة فاقت متابعة أركان الصحيفة المذكورة في شبكة الإنترنت.

انظر:

Chloë Salles, "Les blogs du Monde, des outils de management non-conventionnel," Revue enjeux de l'information et de la communication, no. 17, (2016): 63-76.

(2) نذكر على سبيل المثال بعض الصحف في شبكة الإنترنت التي أوقفت جزئيًّا أو كليًّا التعليق على ما تنشره: المجلة الإلكترونية البلجيكية "لوفيف" (Le Vif)، وصحيفتا شيكاغو سن-تايمز (Chicago Sun-Times) وتورنتو سان (Toronto Sun)، وقناة "سي إن إن" (CNN) ووكالة رويترز.

(3) Roselyne Ringoot et Jean-Michel Utard, Le journalisme en invention, Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs (France: Presses Universitaires de Rennes, 2005), 24.

مقاربة الصحافة الرقمية

لا يوجد إجماع على مقاربة نظرية واحدة لدراسة الصحافة الرقمية؛ فأغلب المقاربات التي تناولتها أدرجتها في النظريات التالية:[1] سوسيولوجيا مهنة الصحافة، والنظرية المتجذرة (Grounded theory)، ونظريات التكنولوجيا والمجتمع (الحتمية التكنولوجية ونظرية انتشار المبتكرات). ويمكن أن نضيف لها سوسيولوجيا الاستخدامات ونظرية المجال العام التي سنوظفها في هذا المقام.

نعتقد أن نتائج الاستعانة بالمجال العام لفهم التحولات التي عاشتها وتعيشها الصحافة، ودراسة تداعيات الصحافة الإلكترونية في المجتمعات العربية على المجال العام، تكون محدودة جدًّا وتجانب الواقع ما لم تأخذ بعين الاعتبار الدراسات المعاصرة التي تجاوزت الطرح الهابرماسي للفضاء العمومي (1988-1962)، كما سنوضح لاحقًا.

من خصائص الصحافة "الإلكترونية" العربية

من الصعب جدًّا الحديث عن الصحافة العربية «الإلكترونية» التي تتسم بقدر كبير من التنوع وعدم التجانس الذي يعود إلى تفاوت الإمكانيات المادية والتقنية، وتباين التقاليد الثقافية والاجتماعية، وتفاوت هامش حرية التعبير، لكن سنغامر بالقول: إنه بعد مرور 14 عامًا من صدور أول نسخة إلكترونية لصحيفة عربية، وهي الشرق الأوسط، استخلصت بعض الدراسات[2] أن ما سُمي بالصحافة الإلكترونية العربية لم تصل بعد إلى الارتكاز على الخصائص الثلاث المذكورة أعلاه. ونعتقد أن هذه الخلاصة لا تزال صالحة لحد اليوم؛ إذ إن مخيال الصحافة المكتوبة ما زال يتحكم في الكثير من مواقع الصحف الإلكترونية العربية. وهذا يعني قلة الاعتماد على الكتابة غير الخطية أو فقر نصوصها المتشعبة أو الفائضة. فالروابط الإلكترونية إن وُجدت فهي داخلية وتشير إلى مقالات ذات صلة بالموضوع المعالج ومقالات سابقة لكاتبها[3]، ولا تتضمن روابط خارجية. إن النص الفائض في الصحافة الإلكترونية

---

(1) Siapera and Veglis, The Handbook of Global Online Journalism, 10-12.

(2) نذكر على سبيل المثال دراسة الشيخ جابر، "الصحافة الإلكترونية العربية، المعايير الفنية والمهنية"، التي أُجريت في عام 2009 على 19 صحيفة إلكترونية عربية، مرجع سابق.

(3) هذا ما ينطبق على سبيل المثال، على موقع صحيفة الخبر الجزائرية في شبكة الإنترنت، وصحيفة إيلاف.

يُقدِّم أكثر من مدخل للمادة الصحفية؛ يُثْرِيها بمعلومات مُكَمِّلَة ويُعمِّق بعض جوانبها. ويَرْفِدُها بمواد سمعية، وسمعية بصرية، وتسجيلات حية أو وثائق من الأرشيف. لكن استخدام النص المتشعب في الصحافة الإلكترونية العربية ضمن هذا الأفق يظل محدود جدًّا؛ وهذا يبعدها كثيرًا عن «موسوعية الإعلام».[1]

ولا تعتمد هذه الصحافة على البعد التفاعلي إلا في حدوده الدنيا؛ أي لم تصل بعد إلى ترسيخ منطق الشراكة في إنتاج المادة الصحفية. فرغم أن مواقع بعض القنوات التليفزيونية العربية في شبكة الانترنت تُعَدُّ أكثر تقدمًا في إتاحة الفرصة للجمهور لإبداء رأيه مقارنة بمواقع الصحف الورقية إلا أن هذه الفرصة تظل أسيرة منطق بريد القرَّاء؛ فموقع «العربية نت»، على سبيل المثال، يطلب من جمهوره أن يشاركه الرأي ويخصص له خانة لتوجيه رسائله مكتوبة!

وبصرف النظر عن استطلاع الرأي والاستفتاءات التي يقوم بها جُلُّ الصحف الإلكترونية العربية، التي تُمَثِّل ضربًا من التفاعل، لا تستعين أغلبها بالمدونات الإلكترونية. والقليل جدًّا منها لا يسمح سوى لعدد محدود جدًّا من صحافييه بنشر مدوناتهم فيها -مثل صحيفة «ليبرتي» الجزائرية (Liberté)- ربما ينفرد موقع الجزيرة نت في توظيف المدونات الإلكترونية التي تجمع صحافيي القناة وبعض الأقلام من خارج مؤسسة الجزيرة لتقديم مواد متنوعة عن مواضيع مختلفة تعكس تجارب متعددة تسير في اتجاه توسيع قاعدة متابعي موقعها الإلكتروني. هذا الانفراد الذي يقترب من الاستثناء لا يمكن أن يحجب استغناء قطاع واسع من الصحافة الإلكترونية العربية عن الطاقة التعبيرية والتواصلية للمدونات الإلكترونية التي من المفروض أن تفتح أفقًا للإنتاج المشترك للمادة الصحفية. فالمخيال التقني الذي قاد خطواتها لم يتمكن بعد من تحرير المخيال الاجتماعي. وهذا ما يتضح في تَمَلُّكها للميديا الاجتماعية. لقد سار هذا التَمَلُّك، بدرجات متفاوتة، في اتجاهين: الاتجاه الأول: اعتمد على ما يُنشر في هذه الميديا كمصدر أخبار، والاتجاه الثاني جعل منها رافدًا لنشر محتويات الصحافة الإلكترونية العربية وتوصيلها إلى جمهور جديد ومتنوع. وقد مرَّت الصحف الإلكترونية الأوروبية بهذه التجربة؛ إذ جعلت من موقعي شبكتي: فيسبوك وتويتر مجرد لوح إشهاري يعلن عن عناوين موادها

---

(1) لا نجد أي فرق بين المواد الصحفية الورقية والإلكترونية التي تنشرها صحيفة الحياة في موقعها: http://www.alhayat.com

الصحفية، ويقدم ملخصات مختصرة لما تضمنته مواقعها الإلكترونية[1]؛ لكنها تجاوزت هذه المرحلة؛ إذ أدمجتهما ضمن استراتيجيتها الإعلامية والتسويقية.[2]

رغم اتجاه الكثير من المواقع الصحفية في شبكة الإنترنت إلى استخدام البرمجيات والتطبيقات التي تُمَكِّن من تصفحها عبر الحوامل المتنقلة، مثل الهاتف الذكي واللوح الإلكتروني، خاصة بعد أن كشفت المسوح الميدانية أن 67 ٪ من الأشخاص في سبع دول عربية يتابعون الأخبار عبر هواتفهم الذكية، وأن ثلث مستخدمي الإنترنت فيها يؤكدون أن المنصات الرقمية والميديا الاجتماعية هي مصدر أخبارهم الأول[3]، فإن الكثير من الصحافيين يُقِرُّون بغياب استراتيجية واضحة وراء لجوء صحفهم إلى النشر عبر الإنترنت[4]. ويتجلى هذا الغياب أكثر على مستويين: نمط إنتاجها الصحفي واقتصادياتها.

ربما لجأت بعض الصحف إلى النشر في شبكة الإنترنت من باب التقليد وركوب موجة «الحداثة التقنية» الذي دفع بعضها إلى القفز إلى الأمام من خلال دعوة الجمهور إلى نشر صوره وفيديوهاته[5] واعتمادها كشهادة شاهد عيان. وفتْح بعضها المجال للقرَّاء لإبداء

(1) انظر على سبيل المثال:

Arnaud Mercier, "La place des réseaux sociaux dans l'information journalistique," ina-expert, Octobre 2012, "accessed March 19, 2018". https://bit.ly/2kn3rVy.

(2) يمكن أن نشير إلى تجربة مؤسسة "بي بي سي" البريطانية في هذا المجال. تؤكد آنا تمسون، نائبة رئيسة تحرير الفرع التفاعلي في قسم الرياضة بهذه المؤسسة عن تغطيتها للألعاب الأولمبية التي جرت في ريو دي جانيرو بالبرازيل، عام 2016، أن القسم كيَّف طريقة جمع الأخبار وتحريرها؛ إذ لم تَعُدْ الكتابة خاصة بالموقع الإلكتروني، بل أُخْضِعَت لخصوصية الميديا الاجتماعي: فيسبوك، وتويتر، وإنستغرام، وسناب شات.

Anna Thompson, "Réseaux sociaux et récit journalistique," bbc, January 17, 2017, "accessed May 9, 2018". https://bbc.in/2OU0Fol.

(3) يقصد بها الدراسة الميدانية التي أجريت على مستخدمي الإنترنت في لبنان والأردن، ومصر، وتونس، وقطر، والإمارات، والسعودية، انظر:

Everette E. Dennis and Robb Wood, "Media in the Middle East: A new study shows how the Arab world gets and shares digital news," niemanlab, September 19, 2017, "accessed March 24, 2018". https://bit.ly/2fjkwxs.

(4) هذا ما يؤكده تصفح العديد من مواقع الصحف الإلكترونية العربية وتثبته المقابلات مع الصحفيين وبعض رؤساء تحرير الصحف الإلكترونية في الجزائر، انظر: عمار، الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني، مرجع سابق، ص 358–360.

(5) انظر على سبيل المثال "أستوديو القراء" في موقع صحيفة إيلاف الذي يتضمن الدعوة التالية: "هل

آرائهم والتراجُع عنه[1] وهكذا، اتجهت بعض الصحف إلى تبني التكنولوجيا مع مقاومة آثارها من خلال التشبث بالماضي، فلا تُحَيِّن محتوياتها[2] هذا الاختلاف أو عدم التجانس في تطور الصحافة العربية الإلكترونية يدعو إلى تسييق (من السياق) نشوئها وتطورها من خلال عاملين أساسيين، وهما: العامل الاقتصادي، والعامل القانوني.

يعتمد تمويل الصحافة الورقية في المنطقة العربية إلى حدٍّ كبير على عائدات الإعلان. فأي انكماش في سوق الإعلان ينعكس على صحتها المالية. واستنسخت الصحافة الإلكترونية العربية هذا النمط التمويلي أمام وجود ما بين 61 و75 ٪ من مستخدمي شبكة الإنترنت يرفضون دفع مقابل مالي جرَّاء تصفحهم للمواقع الإلكترونية.[3] فرغم أن سعر الإعلان في مواقع الصحف الإلكترونية العربية يُعَدُّ أقل من سعرها في الصحف الورقية بـــ25 مرة[4] إلا أن معدل كل فرد سنويًّا من الإعلان الرقمي يظل ضعيفًا؛ إذ يتراوح ما بين دولار واحد في فلسطين وسوريا و7.8 دولارات في لبنان.[5] وهذا لا يكفي لتغطية تكاليف مواقع الصحف الإلكترونية، فيضطر الكثير من النسخ الإلكترونية إلى الاعتماد على الطبعة الورقية في تمويلها أو

سجَّلتَ بِعَدَسَتِك مشاهد أثَّرت فيك وتريد تشاركها مع القراء؟".

فائز بن عبد الله الشحري، "دراسة مسحية شاملة على رؤساء تحرير الصحف السعودية ذات الطبعات الإلكترونية"، (بحث قدم لندوة الإعلام السعودي: سمات الواقع واتجاهات المستقبل، المنتدى الإعلامي الأول لجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الرياض، 20-25 مارس/ آذار 2003)، ص 2.

(1) انظر على سبيل المثال إلى "منتدى الكتاب" بموقع صحيفة الرياض السعودية الذي تم إلغاؤه.

(2) انظر على سبيل المثال موقع صحيفة "ميلسون" (http: / / maysaloon.news) الذي لم يُحَدِّث المواد التي نشرها، ويحتفظ بتلك التي نشرها منذ ستة أشهر. وظلت بعض المواد التي نشرها موقع صحيفة "تكريز" التونسية (https: / / www.takriz.org)، التي يَعُدُّها البعض من المصادر "الرقمية للثورة" التونسية في تونس منذ أربعة أشهر في موقعها الإلكتروني، وحتى سنة في موقع مماثل، وهو موقع (http: / / www.reveiltunisien.org). فمن يزور هذين الموقعين يعتقد أن محتواهما لا يختلفان عن المنشورات اليسارية المطبوعة لكنه منشور في شبكة الإنترنت. فلا تحديث للمواد ولا كتابة غير خطية ولا تفاعل!

(3) Dennis, Wood, “Media in the Middle East”.

(4) Agence de coopération médias, “Panorama des médias en ligne,” (France, 2015), 19.

(5) Ibid, 20.

البحث عن مصادر مالية غير تقليدية[1] أو الكف عن الصدور[2]. لذا، أضحى منح الإعلانات للصحافة الإلكترونية في بعض البلدان العربية وسيلة للضغط عليها وابتزازها لتغيير خطها التحريري على غرار ما يحدث مع الصحف الورقية[3].

لقد نشأت الصحافة العربية الإلكترونية وتطورت في كنف قوانين الإعلام والمطبوعات التي وُجدت أصلًا لتأطير نشاط وسائل الإعلام الكلاسيكية (الصحافة المطبوعة، والإذاعة والتليفزيون). وكان للعوامل الخارجية دور في اهتمام المشرِّع في البلدان العربية بالإعلام الإلكتروني. فبعد أحداث 11 سبتمبر/ أيلول 2001، تمت مراجعة قوانين الإعلام والمطبوعات وخُصِّص جزء منها للإعلام الإلكتروني وتم ربطه بالجرائم الإلكترونية. وبعد حوالي عقد تقريبًا من هذا التاريخ تم التركيز على أضرار هذا الإعلام تحسبًا لتداعياته على المنطقة العربية[4] بعدما أصبح يُعرف بـ«الربيع العربي». ولم ينظر المُشَرِّع للصحافة الإلكترونية باعتبارها أداة تعبير في يد من لا يملك «سلطة القول» أو قوة مراقبة السلطات الثلاث: التنفيذية والتشريعية والقضائية.

تخضع الصحافة الإلكترونية في جل البلدان العربية لقانون المطبوعات: مثل التصريح، وتعيين رئيس تحرير ومسؤول النشر. ويتشدَّد المُشَرِّع المغربي في التصريح المسبق لإصدار صحيفة إلكترونية أكثر من التصريح لإنشاء نظيرتها الورقية؛ إذ يفرض إيداع التصريح لدى النائب العام في المحكمة، ولدى الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات، والهيئة العليا للاتصال

---

(1) نذكر على سبيل المثال موقع صحيفة "المصري اليوم" الذي يرسل الأخبار العاجلة عبر رسائل نصية إلى المشتركين مقابل 3.6 يورو شهريًا أو لجوء بعض المواقع إلى تقديم خدمات لمؤسسات مختلفة: الترجمة، ومعرض لأقوال الصحف، أو تقديم خدمات تقنية: إنشاء منصات رقمية أو تطوير تطبيقات تقنية، أو القيام بتدريب في مجال الإعلام والاتصال.

(2) نشير على سبيل المثال إلى الصحيفة الرقمية الجزائرية الناطقة باللغة الفرنسية (Dernières Nouvelles d’Algérie) التي توقفت عن الصدور في 2013 بعد ثلاث سنوات من العمل الإعلامي.

(3) ينطبق هذا الأمر أكثر على الصحافة الإلكترونية الجزائرية التي تصفها بعض المنظمات غير الحكومية الدولية بأنها تتمتع بهامش من الحرية أكبر من بعض البلدان العربية، انظر:
Kamel Daoud, “la liberté passe par le Net,” Slate Afrique, August 30, 2011, “accessed March 24, 2018”. https://bit.ly/2pSnNW3.

(4) علي كريمي، "التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية، سياقه وأهدافه"، مركز الجزيرة للدراسات، 15 مايو/ أيار 2016، (تاريخ الدخول: 25 أبريل/ نيسان 2018)، https://bit.ly/2IWl9qU.

السمعي البصري، والمركز السينمائي المغربي[1].

يبدو أن تفسير الصعوبات التي تواجه الصحافة العربية في انتقالها إلى بيئة الويب بغياب النصوص القانونية المُنَظِّمة لها أو عدم مواكبة هذه القوانين لديناميكية تغييرها أضحى قاصرًا؛ إذ يمكن اليوم الوقوف على العديد من الحالات التي تكشف أن بعض هذه الصعوبات يعود لعدم تطبيق القوانين أو أن تطبيقها يخضع للمزاج السياسي ولميزان القوى السياسية. فالنظر إلى وضع الصحافة الإلكترونية العربية من «كوة» القانون تُوهِم النظر وتعيد إنتاج الطوباوية التي تؤمن بوجود الإعلام خارج شرطه الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي.

فعلى ضوء هذا الشرط نحاول أن نقرأ إسهام هذه الصحافة في تشكيل أو إعادة تشكيل المجال العام من خلال الافتراضات السبعة التي سنناقشها في هذا المحور.

الصحافة الإلكترونية العربية وتشكيل المجال العام

1. الاستقطاب في ظلال التشذر

عملت التكنولوجيا المعاصرة ووسائطها المختلفة على تشظي الجمهور والمستخدمين في البلدان العربية عبر مختلف واجهات الشاشات. ففي ظل تشنج العلاقات الاجتماعية، واللجوء إلى العنف في الصراع للوصول إلى السلطة في بعض البلدان العربية أو للاحتفاظ بها، انتقلت الصحافة «الإلكترونية العربية» من إحداث التشذر في صفوف قرائها إلى محاولة استقطابهم لاصطفافهم وراء الأطراف المتصارعة. وبهذا، انزاحت إلى التجييش والتعبئة والإقصاء وابتعدت عن مسار النقاش العقلاني والديمقراطي. وهذا يتعارض مع الفكرة المسلَّم بها التي تنص على أن للصحافة الإلكترونية إمكانية تشكيل مجال عام شامل تناقش فيه كل القضايا والمواضيع ويستطيع كل شخص أن يَلِجَه ويشارك فيه.[2]

لقد اتسمت الصحافة المطبوعة العربية بطابعها السياسي نظرًا للظروف التاريخية التي

(1) Ahmed Hidass, “Le nouveau Code de la presse et de l’édition au Maroc: Real change or more of the same?,” Observatoire Arabe du Journalisme, December 14, 2016, “accessed March 25, 2018”. https://bit.ly/2MQKAur.

(2) João Carlos, Correia, “Online Journalism and Civic Life,” ResearchGate, January 2012, “accessed April 25, 2018”. https://bit.ly/2COjdAJ.

تشكَّلت فيها (مقاومة الاستعمار والانخراط في ديناميكية الصراع في ظل بناء الدولة الوطنية). وهذا يعني أن جل عناوين الصحف نشأت وتطورت في كنف عائلة فكرية وسياسية معينة، وعملت، بهذا القدر أو ذاك، من أجل نشر فلسفتها والتعبير عن مواقفها. ونعتقد أن امتدادها إلى البيئة الرقمية لم يحررها من سلطة عائلتها، بل أدى بها إلى تشكيل عَصَبتها الرقمية في ظل تشظي المجال العام. إن تحليل الخطاب السائد في منتديات بعض الصحف الإلكترونية، يؤكد خضوعه «لوحدة الفكر والتصور» التي تقصِي أي فكر مخالف مما يحوِّل المناقشة إلى حوار ذاتي.[1] وهذا يعني انغلاق الفضاء الذي تُشكِّله كل صحيفة إلكترونية على قرائها الذين يلتقون حول الأفكار والآراء ذاتها، فيعمِّق إيمانهم بصواب آرائهم، بل قد يدفعهم إلى التشدد فيها[2]. وبهذا، فإنها أقرب إلى تشكيل فضاء مشترك عن مجال عام.

2. الصحافة الإلكترونية و»فوقعة المصفاة»

ازداد الايمان بإقبال البشرية على تعددية المصادر الإعلامية وتنوعها في ظل تعدد المنصات الرقمية، وشاع معه الاعتقاد بزوال الوسيط بين مستخدمي هذه المنصات ومصادر المعرفة والأخبار، لكنه زال بتزايد دور الوسطاء الإعلاميين (Infomediaries) الذي يضطلع به العديد من الفاعلين في الإنترنت: الميديا الاجتماعية، ومجمِّعو الأخبار، ومحركات البحث المختلفة.

تراوحت نسبة الأشخاص الذين يلجون مواقع الصحف الإلكترونية في بعض الدول الأوربية أو يتصفحون محتوياتها عبر محرك بحث « غوغل نيوز» ما بين 25و40 ٪.[3] ولا يخفى على كل مطَّلع أن هذا الوسيط الإعلامي يعمل على شَخْصَنَة المواد الإعلامية حسب كل

(1) انظر على سبيل المثال إلى محتوى النقاش في صفحة منتدى الشروق: .https://bit.ly/2CfSmwe

(2) هذا ما توصلت إليه دراسة ميدانية عن مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي، مثل "فيسبوك" و"تويتر" في الاستقطاب السياسي في الولايات المتحدة الأميركية، انظر:
"Political Polarization in the American Public," Pew Research Center, June 12, 2014, "accessed April 25, 2018". https://pewrsr.ch/1v23UXF.

(3) تنطبق هذه النسب على بعض الصحف الفرنسية بشهادة مسؤوليها، انظر:
Guillaume Sire "Référenceur et référencement. Cachez ces pratiques que je ne saurais voir," Sur le journalisme, Vol 3, no. 1, (2014): 70-83.

قارئ. ومهما بلغت نسبة هؤلاء الذين يطلعون على ما تنشره الصحف الإلكترونية العربية، فإن دور الوسيط الإعلامي المذكور يظل ذاته وربما يتضاعف في ظل استعانة جل الصحف الإلكترونية في المنطقة العربية بشريط «ملخص الموقع الثري «آر إس إس» (RSS) الذي يزود كل مشترك بما تنشره هذه الصحف من جديد ويتماشى ورغباته واهتماماته. هذه الحقيقة تعزز فكرة «فقاعة المصفاة» (The Filter Bubble) التي قدمها إيلي بارزي (Eli Pariser) حيث أكد أنها تؤدي إلى شَخْصَنَة الأخبار والإعلام بشكل أكبر؛ فتقدم من الأخبار والتعليقات ما يتناغم مع أفكار القارئ المسبقة والجاهزة وتبعده عن مواجهة الأفكار المعارضة أو المخالفة فتشجع الاستقطاب بدل الانفتاح على الحوار والتداول. على هذا الأساس، يمكن أن نفهم تراجع يورغن هابرماس (Jürgen Habermas)، في 2006، عن أعماله الأولى في دراسته للآثار المهيكلة للوساطة الإعلامية في المجال العام المعاصر، حيث أكد أن الإذاعة والتلفزة والصحافة ثم الإنترنت تشجع ميلاد «فسيفساء» من الفضاءات الموضوعاتية نصف العامة.[1]

3. السياسة: ممارسة أم استعراض؟

لعل السؤال الذي طرحه الباحث مارك لانش (Marc Lynch) عن الفضاء التدويني العربي، في عز ازدهاره عام 2007، لا يزال راهنًا في جوهره ويمكن سحبه على الصحافة الإلكترونية العربية. لقد تساءل هذا الكاتب عن مقدرة الفضاء المذكور على تحويل ديناميكية الرأي العام والنشاط السياسي وإن كان قد استبعد حينذاك أن تقود المدونات الإلكترونية السياسة العربية إلى ثورة إلا أنه آمن بإمكانيتها في تغيير طبيعة السياسة في المستقبل.[2] وهذا، بفعل آثار تراكم الفعل التواصلي غير التقليدي والمتجدد.

إن تطور الصحافة العربية الإلكترونية لم يتم بمنأى عن المدونات الإلكترونية التي خفَّ وزنها اليوم في المجال العام في المنطقة العربية نتيجة ديناميكية التواصل التي أحدثتها مواقع

---

(1) نقلًا عن:

Clément Mabi et Laurence Monnoyer-Smith, “Les arènes du débat public. Comprendre les logiques de mobilisation des différentes arènes de discussion par les acteurs d’un débat public Colloque International Communiquer dans un monde de normes,” hal. unv, Mars 7-9, 2012, 281.

(2) Marc Lynch, “Blogging the New Arab Public,” Arab Media & Society, March 12, 2007, “accessed March 25, 2018”. https://bit.ly/2yiW0To.

الشبكات الاجتماعية؛ إذ يجب الإشارة إلى أن الكثير من هذه المواقع كانت -ولا تزال- تتغذى بما تنشره وسائل الإعلام التقليدية التي تَمَلَّكَتها؛ فقادها إلى الإسهام في تغيير نمط الاتصال العمودي في المجتمعات العربية. هذا التغيير وما واكبه من تشذر في القرّاء/ المستخدمين وتشكيل «الجماعات الافتراضية» طعن في مشروعية التراتبية الاجتماعية الموروثة، وعمل على تجريد السلطة من كل تقديس، وخفَّف من منسوب الخوف من إبداء الرأي والتعبير عن الموقف.

لعل هذا التغيير في المجتمعات العربية الشغوفة بالشأن السياسي في ظل غليان الشارع في بعض البلدان العربية يطعن فيما توصل إليه الباحث بريس بمبر (Bruce Bimber) في محاولته تفسير العلاقة الترابطية بين الصحافة الإلكترونية والمشاركة السياسية في الولايات المتحدة الأميركية. فعزا هذه المشاركة إلى الاستعداد بالاهتمام بالشأن السياسي لدى مستهلكي هذه الصحافة وليس العكس.[1] بمعنى أن متابعة الأخبار السياسية ليست متغيرًا مستقلًا يؤثِّر على المشاركة السياسية، بل إن هذه الأخيرة هي المتغير المستقل. لقد تجلت العلاقة الجدلية بين الإقبال على الأخبار السياسية والنضال السياسي الرقمي أكثر في بعض البلدان العربية التي عاشت أحداث «الربيع العربي».

يُعَدُّ التواصل بين الأشخاص شرطًا أساسيًّا لِتَشَكُّل المجال العام؛ فالصحافة الإلكترونية وبقية وسائل الإعلام ليست قنوات اتصال فحسب، بل إنها بوتقة ينصهر فيها هذا الاتصال. فمهما كان مستوى الاتصال في الفضاء الافتراضي ومهما تعدَّدت منابر النضال الرقمي فإنها غير قادرة بمفردها على تطوير الممارسة الديمقراطية الفعلية والعملية في الواقع اليومي. هذا ما أكده الكاتب الأميركي، مالكوم غلادويل (Malcolm Gladwell)[2]، من خلال مقارنته بين النضال العملي في أرض الواقع الذي خاضته حركات الدفاع عن الحقوق المدنية في الولايات المتحدة الأميركية في ستينات القرن الماضي والذي أدى إلى تغيير فعلي في واقع الأميركيين من أصول إفريقية، والنضال الافتراضي في العقد الثاني من الألفية الحالية الذي لا يتكبد فيه المناضلون الرقميون سوى أقل المخاطر. وهي مخاطر حقيقية وكبرى في بعض البلدان العربية

(1) Bruce Bimber, "Information and political engagement in America: The search for effects of information technology at the individual level," Political Research Quarterly, no. 1, (2001): 53– 67.

(2) نقلًا عن:
JeanLuc Manise, "Nouvelles formes de l'engagement," Agora, (Décembre 2003): 3

التي تمنع، مع الأسف، أي شكل من أشكال الاحتجاج السلمي عبر التجمعات والمظاهرات والمسيرات.

أسهمت بعض مواقع الصحافة الإلكترونية العربية في دفع قطاع من المواطنين إلى التعبير عن آرائهم وشاركت بقدر وافر في بروز شكل جديد من الالتزام والانخراط في الشأن السياسي مما يفتح آفاقًا للديمقراطية الرقمية. ويثير هذا الإسهام السؤال التالي: ما وقع هذه الديمقراطية الرقمية على التغيير في الممارسة السياسية في المجتمعات العربية وفي بناء مؤسساتها الدستورية؟ ينبهنا هذا السؤال إلى أن مسألة التغيير السياسي في المجتمع تُعَدُّ عملية معقدة يشارك فيها العديد من الفاعلين، منهم الإعلام، وإن كانت إعادة بناء المؤسسات الدستورية على أسس ديمقراطية عملية بطيئة وناجمة عن فعل تراكمي. هذا إن لم نُجارِ الباحثة السوسيولوجية البريطانية، كيت ناش (Kate Nash)[1]، في دعوتها إلى الابتعاد عن الرؤية التقليدية للسياسة وعدم حصرها على مستوى الدولة، واعتبارها شأنًا من شؤون الحياة اليومية، بوصفها تعيد بناء الهويات والحياة الاجتماعية اليومية. ففي هذه الحالة، لا تتجلى السياسة في الفضاء الافتراضي، الذي تُشَكِّل الصحافة الإلكترونية جزءًا منه، كمواضيع أو أشياء بل كمشهد مرئي. وبهذا تسهم في تشكيل المجال العام انطلاقًا من تصور حَنَّا أرنت (Hanna Arendt) لما هو عمومي؛ إذ تؤكد «أنه يدل أولًا وقبل كل شيء على كل ما يظهر أمام الملأ، ويمكن أن يُسْمَع ويُرى من قبل الجميع، ويتمتع بأكبر قدر من الذيوع»[2].

4. الصحافة الإلكترونية كمشهد

يعتقد بعض الباحثين أن الصحافة الإلكترونية تسمح بتفاعل قوي مع قرائها/ مستخدميها، وتفرز نوعًا جديدًا من النقاش العام، وتفتح أجندتها للقضايا التي لا تتناولها وسائل الإعلام التقليدية، وتعالجها من زوايا جديدة، ومفتوحة على المصادر البديلة للأخبار.[3] ليس هذا فحسب، بل إن «الحقيقة لا تجري في علبة مغلقة؛ أي قاعات التحرير، بل في «الويب» المفتوح

(1) نقلًا عن: محمد تركي الربيعو، "تحولات المخيال السوسيولوجي، الناس العاديون والسلطة والحياة اليومية في القرن العشرين"، القدس العربي، 15 يوليو/ تموز 2017، (تاريخ الدخول: 25 أبريل/ نيسان 2018)، https: / /bit.ly /2EuPKgW.

(2) Hannah Arendt, La condition de l’homme moderne, (Paris: Agora/Pocket, 1961), 89.

(3) Ibid, 89.

على السَّرَيان الآني لكل الملاحظات حول حدث معين».[1]

إن تقاطع أجندة الصحافة الإلكترونية في المنطقة العربية مع محتويات وسائل الإعلام التقليدية لا يحجب تجدُّدها المستمر وانفتاحها على المواضيع المسكوت عنها التي كانت تُدرَج في خانة المحرمات، وجعلها مرئية أكثر. لكن هذا الانفتاح لم يؤدِّ إلى الدفع بالتفاعلية إلى أقصى مراحلها؛ فرغم تفاوت مستواها بين مختلف عناوين الصحف الإلكترونية العربية إلا أن مشاركة القرَّاء في إنتاج المحتويات والتعليق عنها يظل محدودًا. بل إن بعض مواقع الصحف الإلكترونية ألغت تمامًا التعليقات على ما تنشره، مثل موقع صحيفة الوطن الجزائرية الناطقة باللغة الفرنسية. وبعضها لم يُفَعِّل منتديات نقاشه، مثل موقع صحيفة الراية القطرية. قد يُبَرِّر أصحاب هذه المواقع هذا الإلغاء وعدم التفعيل بجنوح المعلقين على ما تنشره نحو الشتم والقذف والتجريح؛ وهو التبرير الذي دافع عنه الكثير من مواقع الصحف الإلكترونية في البلدان الغربية. لكن نعتقد أن هذا التبرير لا يمكن أن يخفي الإخفاق في إحداث التناغم بين الخطاب الإعلامي الصادر عن المؤسسة وخطاب المعلِّقين والمعقبين عليه، وهم من عامة الناس[2]، ولا يحجب ضعف تقاليد الحوار وذَمَّ الجدل في الثقافة العربية. ومهما كانت المبررات لتفسير ضعف التفاعلية أو غيابها في بعض مواقع الصحف الإلكترونية العربية إلا أنها ترافع لفهم المجال العام انطلاقًا من البحوث التي تلت كتابات هابرماس، والتي تقع في نقطة تقاطع علم الاجتماع وعلوم الاتصال، في بعده المشهدي (scenic)، أي يمكن استيعاب المجال العام وفق هذه المقاربة كمشهد مسرحي، تظهر السياسة فيه أمام المُتَفَرِّجين الذين يُشكِّل حكمهم الجماعي عليه الرأيَ العام.[3] فخلافًا لهابرماس الذي يولي أهمية قصوى للمناقشة والمداولة والاستعمال العمومي للحجة في تشكيل الفضاء العمومي، تميل حنا آرندت إلى منح الأهمية

---

(1) نقلًا عن:

Daniel Cornu, “Journalisme en ligne et éthique participative,” Éthique Publique, Vol 15, no. 1, 2013).

(2) لعياضي نصر الدين، "الصحافة الجزائرية في بيئة الواب: إرهاصات التغيير"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية (جامعة الجزائر 3، الجزائر، العدد 6، يونيو/ حزيران 2016)، ص 171-193.

(3) Louis Quéré, “L’espace public: de la théorie politique à la métathéorie sociologique,” Quaderni, no.18, (1992) : 75-92.

لإصدار الأحكام: الأحكام الجمالية والأخلاقية والسياسية[1]. بالطبع، إن هذه الأحكام التي تظهر في التعليقات على ما تنشره الصحافة الإلكترونية العربية أو مدوناتها الإلكترونية ليست مفصولة عن الأحكام الصادرة في المجال العام: المساجد، والملاعب، والأندية، والمقاهي، والنوادي الثقافية، والميديا الاجتماعية.

5. إكراهات السوق

غني عن القول: إن الصناعات الثقافية والإعلامية تخضع للعقلانية الاقتصادية. وفي ظل غياب الدولة كقوة ضابطة للسوق وضامنة للخدمة العامة يكون البقاء للصحف الأوفر مالًا. هذا ما يؤكده واقع الصحافة المكتوبة في الوطن العربي. لقد اضطرت الكثير من الصحف إلى توقيف نسختها الورقية عن الصدور نتيجة تراجع عائدها من الإعلانات على غرار الصحف اللبنانية: «النهار» و«السفير» و«اللواء»، وهو المصير الذي لقيه حوالي نصف الصحف المصرية التي ظلت محافظة على صدورها المنتظم خلال السنوات الخمس الأخيرة[2] وشاطرتها في ذلك 26 صحيفة يومية و34 صحيفة أسبوعية في الجزائر منذ 2014.[3] وتقتات جل النسخ الرقمية من عائدات طبعتها الورقية نظرًا لعدم تمكنها من تحقيق استقلالها المالي أو توازنه، ناهيك عن فرض نموذجها الاقتصادي.

لقد اختارت بعض الصحف الإلكترونية اسم نطاقها في بلد أجنبي، مثل الكثير من الصحف الجزائرية، من أجل الانفلات من الرقابة والمنع من الصدور ولتجعل من النسخ الإلكترونية وسيلة لنشر مضامين الطبعات الورقية عندما تتعرض للحجز أو الحظر من الصدور داخل الوطن، كما هو شأن جل الصحف الجزائرية، لكن حرية الصحافة لا تتطلب توفر الشرط السياسي فقط، على أهميته، والمتمثل في غياب الرقابة على ما تنشره، وعدم خضوعها لما تمليه عليها الحكومات من مواضيع وآراء ومواقف، بل تتطلب توفر الشرط الاقتصادي أيضًا،

---

(1) Marie-Véronique Buntzly, “Le jugement comme faculté politique chez Hanna Arendt” (Thèse doctorat en philosophie, école pratique des hautes études, France, 2015).

(2) عبد الفتاح فرج وإيمان الخطاف وسونس الأبطح، "الصحف الورقية في العالم العربي.. إما التجدد أو الاندثار"، الشرق الأوسط، (العدد 14237، 20 نوفمبر/ تشرين الثاني 2017).

(3) حسب تصريح وزير الإعلام الجزائري الذي نقلته الصحيفة الإلكترونية "Mediapart"، انظر: “Médias. Plus de 60 journaux algériens ont disparu en 3 ans,” algeriepart, 9 Octobre 2017, “accessed March 25, 2018”. https://bit.ly/2NIM8qD.

وهو عدم الانصياع لجنوح السوق. فلهذا الأخير سلطة تضاهي سلطة الحكومات[1]؛ وهذا ما تفطَّن إليه بعض الباحثين الذين أشاروا إلى التناقض الكامن في قلب العلاقة القائمة بين الأخبار والديمقراطية، والذي يعبِّر عنه التعارض بين القدرات التحررية للتكنولوجيا الراهنة والإكراهات الخانقة للسوق[2].

6. رأسمال الرمزي

أثارت نظرية الحقل (field theory)[3] لدراسة الصحافة الكثير من النقاش الذي دار حول مبدأ استقلاليتها عن بقية الحقول، وتجدَّد بعد بروز الصحافة الإلكترونية وتطورها. فعلى الصعيد النظري، يمكن القول: إن صنَّاع هذه الصحافة يملكون من الحرية ما يسمح لهم بالعمل بشكل مستقل عن الشركات الإعلانية. لكن عمليًّا يحتاج هذا القول إلى مراجعة على ضوء عدم تمكن هذه الصحافة من فرض نموذجها الاقتصادي، واستمرار تبعيتها، بهذا القدر أو ذاك، لمصادر التمويل التقليدية، خاصة الإعلان، واستقصاء أخبارها من مصادر الأخبار الكلاسيكية المهيمنة حتى وإن انفردت ببعض الأخبار فسرعان ما تتملكها وسائل الإعلام الكلاسيكية وتُدْرِجها في الأجندة الإعلامية المهيمنة.

إضافة إلى ما سبق قوله، نميل إلى الاعتقاد بأن الصحافة في المنطقة العربية لا تُشَكِّل حقلًا بالمفهوم الذي حدده بيير بورديو؛ إذ إنها لم تستقل عن الحقول الأخرى: الاقتصادية، والسياسية، والدينية. ولا غرابة في ذلك إن لم تتمكن الحركية الاجتماعية السياسية من فرض مبدأ . بين السلطات، والذي على أساسه نزعم بوجود سلطة رابعة أو خامسة.

(1) Fenton Natalie, “De-democratizing the News? New Media and the Structural Practices of Journalism,” in Siapera and Veglis, The Handbook of Global Online Journalism, 131.

(2) Ibid, 131.

(3) تنسب إلى بيير بورديو (Pierre Bourdieu) الذي يرى أن العالم الاجتماعي مجزأ إلى عدد كبير من العوالم الصغرى. إنها الحقول حيث يملك كل حقل رهانات، ومواضيع، ومصالح خاصة)الحقل الأدبي، والعلمي، والقانوني، والديني، والصحفي). فأقسام هذا العالم مستقلة نسبيًّا، أي حرة في إقامة قواعدها الخاصة، ومنفلتة من التبعية لغيرها من الحقول الاجتماعية. ستيفان شوفالي وكريستيان شوفري، معجم بورديو، ترجمة الزهراء إبراهيم، (سوريا، دار الجزائر، 2013)، ص 147.

لقد أشارت الدراسات الحديثة[1] إلى أن الصحافة الإلكترونية تملك رأسمالًا اقتصاديًّا أقل من رأسمال الصحافة المطبوعة الذي بدأ يتآكل بفعل الأزمة التي تعيشها والتي ظهرت أعراضها بشكل جلي. وفي تآكله هذا سيقضم رأسماله الرمزي الذي راكمته عبر سنوات. لذا، تحاول الصحافة الورقية أن تجعل من «الأخلاقيات الصحفية» رأسمالًا رمزيًّا تجنده حفاظًا على مكانتها وهيبتها في المجتمع، وتُقصي بموجبه كل من يخترق إقليمها.[2]

يفتقد الكثير من عناوين الصحف الإلكترونية العربية رأسمال الاقتصادي وتعيش «عالة» على الصحف الورقية التي تعاني من تآكل رأسمالها الاقتصادي. ولم تستطع نسخها الإلكترونية أن تستثمر رأسمال الرمزي لنسخها الورقية، وتطوير رأسمالها الاجتماعي.

ففي ظل غياب استراتيجية واضحة من لجوء الصحف العربية المطبوعة إلى النشر عبر الإنترنت لا يُشكِّل رأسمال الاجتماعي الشغل الشاغل لمسؤوليها والذي يُمكِّن صحافييها من الترابط مع نظرائهم وقرَّائهم. ولم يصبح رأسمالها الرمزي هاجسهم ويعملون على تطويره، بدليل أن بعض البحوث التي أُنجزت عن الصحافة الإلكترونية العربية تؤكد عدم اهتمامها بمستخدمي مواقعها في شبكات الإنترنت وبتعليقاتهم على ما تنشره[3] في زمن أضحت هذه الصحافة في البلدان الغربية تستعين بمحركات البحث لمعرفة قرائها بشكل دقيق: سنِّهم، ومستواهم الثقافي، وأماكن تواجدهم، والوقت الذي يخصصونه لتصفحها، ومعدل الوقت لتصفح الصفحة الواحدة، ونوعية المواد التي حظيت بإعجاب أكثر، وتلك التي تم اقتسامها، وغيرها من المعلومات التي تُوَظَّف لصياغة استراتيجية تسويقية واتصالية للموقع. بل إن بعض مواقع الصحف العربية لا تصحح حتى أخطاءها ولا تعتذر للقراء/ المستخدمين الذين لفتوا نظرها إليها عبر تعقيباتهم عما تنشره[4]. وبهذا، فإنها تشارك دون وعي في المساس بهيبتها،

---

(1) Siapera and Veglis, The Handbook of Global Online Journalism, 94.

(2) Ibid, 4.

(3) انظر نتائج دراسة الشحري، "واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الإنترنت"، مرجع سابق، ص 10.

(4) إن التمادي في عدم تصحيحه يثير الكثير من الشكوك؛ إذ يبدو أن القائمين على بعض الصحف الإلكترونية العربية لا يتابعون تعليقات القرَّاء على ما ينشرون. نذكر على سبيل المثال، وليس الحصر، التعقيب على المقال حول اكتتاب شركة أرامكو، الذي نُشر في موقع صحيفة "المواطن" الإلكترونية، يوم 25 يناير/ كانون الأول 2018. يقول المعلِّق: "اللي عجزت أفهمه كيف رأس مال الشركة 60

والنيل من رأسمالها الرمزي إن كان لها رأسمال.

إن تفريط الصحافة الإلكترونية في رأسمال الرمزي يُعَسِّر المقاربة لفهم المجال العام الذي يراه داشو إريك (Eric Dacheux) عبر أبعاده الثلاثة، ويعرِّفه بالقول: «إنه هيئة الضبط الخاصة بالديمقراطية، تضبط وتُعَدِّل النزاعات بين النظام السياسي (صياغة المعايير)، والنظام الرمزي (سريان المعتقدات)، والنظام الاقتصادي (تثمين الموارد)"[1]. ويدعو إلى التفكير في هذه الأبعاد الثلاثة لفهم أزمة الديمقراطيات الأوروبية بمنأى عن الأفكار الجاهزة، مثل أزمة التمثيل في المجالس المنتخبة، واغتراب الميديا اقتصاديًّا، وانحراف عمليات استطلاع الرأي.

7. الرأي العام

تكاد التفاعلية في الصحافة العربية الإلكترونية تنحصر في الإشارة إلى الأخبار والمقالات التي نالت الإعجاب أو كانت أكثر مقروئية، وتلك التي وُزِّعت على الأصدقاء واشتركوا في قراءتها، والمشاركة في استطلاع الرأي أو الاستفتاء حول موقف معين. وتوحي هذه الأشكال من التفاعلية بأنها تعرض صورة عن الرأي العام السائد في المجتمع، بينما لا تعمل سوى على تسخيرها لاصطناع رأي عام قد يكون غير موجود في الواقع.

فأمام محدودية النقاش والجدل حول القضايا والمواقف أو غيابهما في هذه الصحافة بدرجات متفاوتة يصعب الحديث عن مساهمتها في تشكيل الرأي العام. فالأفكار سواء كانت فردية أو جماعية تتشكَّل في النقاش والحوار.

إننا ندرك أن الأخبار تشكِّل رهانًا أساسيًّا للديمقراطية وتقع في قلب سير المجال العام. لكن هذا الإدراك لا يسمح بمقاربة هذا المجال انطلاقًا من مضمون هذه الأخبار فقط.[2]

إن كانت الدراسات السيمائية قد عملت منذ أزيد من نصف قرن على تعبيد الطريق من أجل استجلاء المعنى من مضمون الأخبار فقد برهنت عن حدود الحديث باسم الغائب؛

مليار، وبتطرح 200 مليار سهم يعني قيمة سهم أرامكو حتكون 33 هللة مثلًا. انظر: https://bit.ly/2CfyU2.

(1) Eric Dacheux, “Une nouvelle approche de l'espace public,” Recherches en communication, no. 28, (2007): 11.

(2) Jean-Michel Utard, “la presse en ligne,” MédiaMorphoses, no. 4, (2002): 19-23.

أي الجمهور. وبالتالي عجزت عن الكشف عن آليات تفاوض المتلقي/ المستخدم مع هذا المضمون للاشتراك في إنتاج المعنى. الاشتراك الذي يؤكد أن الأخبار ليست سوى عملية تَمَثُّل اجتماعي يعيد بناء الواقع الاجتماعي بكل ما يحمله من توافق وتوتر واختلاف. ولا تستند إلى مضامين الأخبار فقط، بل إلى صلتها بالماضي أيضًا، وبالخلفيات الثقافية والأيديولوجية التي تؤطر عملية تأويلها.

لم تتطور الصحافة الإلكترونية في المنطقة العربية في جزيرة معزولة عن الميديا الاجتماعية، خاصة تويتر وفيسبوك وإنستغرام التي ازداد عدد مستخدميها واكتسبت مكانة معتبرة في الاتصال العمومي. فالصحافة الإلكترونية لم تتخذ من هذه الميديا مَعْبَرًا للنفاذ إلى الفئات الاجتماعية التي لم تصلها فحسب، بل حاولت أن تتملك الأخبار والمواضيع التي تتداولها.

لقد حاولت الميديا الاجتماعية قيادة النقاش في المجتمع دون أن تملك ما يؤهلها لذلك نظرًا لكونها أداة اتصال وليست إعلام، فانجرَّ مستخدموها إلى التعبير عن المكبوت والقدح والوشاية واتهام معارضيهم في الرأي بالتخوين، وهكذا أسهمت بدور لا يستهان به في تمييع النقاش السياسي وأفرغته من محتواه. وهذا ما حدا ببعض الباحثين على غرار الباحث الأميركي، مارك لينش، إلى الاعتقاد بأن الميديا الاجتماعية أسهمت في إفساد الانتقال الديمقراطي في مصر وتونس.[1]

يبدو أن فهم ديناميكية المجالات العامة المجزَّأة التي أسهمت في تشكيلها «الميديا» الاجتماعية والصحافة الإلكترونية تكون أوضح وأشمل إن جارينا ما ذهب إليه ماكنير بريان (Brian McNair) في أطروحته التي تدعو إلى الانتقال من براديغم الرقابة إلى براديغم الفوضى.[2]

فالبراديغم الأول يؤكد على أهمية البنية والنظام التراتبي الذي يبسط يد النخب القائدة على الجهاز الثقافي لوسائل الإعلام، مما يؤدي إلى التشكل الأحادي للأيديولوجيا المهيمنة. بينما يفصح براديغم الفوضى عن أن رغبة هذه النخب في الرقابة تتعرض في الغالب لانقطاعات غير متوقعة وتفرعات ناتجة عن تبعات التطورات السياسية والثقافية والاقتصادية والتكنولوجية

(1) الصادق الحمامي، "نحن والفيسبوك: ما الفيسبوك ولماذا أصبح أساسيًّا في حياتنا"، المغرب، 8 يوليو/ تموز 2017، (تاريخ الدخول: 25 أبريل/ نيسان 2018)، https: / /bit.ly /2yGYg6e.

(2) نقلًا عن:

Correia, "Online Journalism and Civic Life".

على مسار الاتصال. والنتيجة أن ما يسميه هذا الباحث المجال العام الجديد أصبح يواجه ظواهر جديدة، مثل التحوُّل المتزايد والسريع في أجندة الأخبار، واتساع أشكال التعبير البديلة والمتناقضة.

خاتمة

ما سبق عرضه هو مجرد افتراضات لفهم علاقة الصحافة الإلكترونية العربية بالمجال العام اتخذت مداخل مختلفة؛ فهي قابلة للإثبات أو النفي. ويمكن أن نختتمها بما يشكِّل قاسمها المشترك الذي نلخصه في النقاط التالية:

1. إن الصحافة الإلكترونية ليست معطى ساكنًا ومنهي البناء. إنها عرضة للتجديد والتطور وتخضع لديناميكية التغيير الذي تصنعه الابتكارات التكنولوجية والاستخدامات الاجتماعية التي يؤطرها السوق.

2. إن تصفح مواقع الصحف الإلكترونية العربية يكشف عن اختلافها وتفاوت تطورها. ويعود السبب في ذلك إلى جملة من العوامل، منها تباين الإمكانيات المادية، ودرجة مقاومة أو تبني قاعات تحرير هذه الصحف للمبتكرات التكنولوجية، وهامش الحرية المتوفر في المجتمع، والتقاليد الثقافية والاتصالية والصحفية في المجتمع. حيث نلاحظ أن بعض الصحف لا تعمل على تحيين محتوياتها، بل تكتفي بإعادة نشر نسختها الورقية في شبكة الإنترنت، بينما استطاع بعضها أن يخطو خطواته الأولى في طريق التحرر من مرجعية الصحافة المكتوبة من خلال استخدام شرائط الفيديو، والملفات الصوتية، وفتح المجال لتفاعل جمهوره/ مستخدميه ضمن أفق إشراكهم في إنتاج المادة الصحفية وتوزيعها.

3. إن العوامل التي أدت بهابرماس إلى التأكيد عن انحراف المجال العام، مثل انتقال صحافة الرأي إلى صحافة تجارية، وتراجع اهتمام محرري الصحف بالمصلحة العامة بعد 1870 مقابل دفاعهم عن المصالح الخاصة، إضافة إلى جنوحها نحو الترفيه، لا تزال قائمة بالنسبة للكثير من مواقع الصحف الإلكترونية العربية. وهذا الأمر يجب ألا يُخفي الدور النشيط الذي قامت وتقوم به هذه الصحافة في توسيع سجل الأحداث والوقائع وإطلاع أكبر عدد من الناس عليها، والكشف عن التجاوزات في إدارة قضايا الشأن العام في الكويت وتونس والجزائر، على سبيل المثال، والدفع بالمشاكل التي تطرأ على المجتمع لتكون مرئية أكثر كشرط أساسي لتحولها إلى مشاكل عمومية، باستخدام قوالب جديدة لسرد الأحداث والتجارب بشكل يثير فضول الجمهور/ المستخدمين ويدفع للاهتمام بها.

4- إن تصفح مواقع الصحف الإلكترونية العربية ومتابعة تداعياتها في الفضاء الإعلامي العربي لا تؤكد تشذُّر المجال العام فحسب، بل تدعو أيضًا إلى إعادة التفكير في مفهومه وفي الأشكال التي يتجسد بها بعيدًا عن شروطه الأنطولوجية التي أكد عليها هابرماس: الاستعمال العمومي للعقل، ومناقشة الآراء والمقترحات المتعلقة بالشأن العام ومداولاتها، والفصل بين ما هو عام وما هو خاص، ووجود مجتمع مدني قوي ونشيط. فالفضاء العمومي في البيئة الافتراضية التي تشكِّل الصحافة الإلكترونية جزءًا من متنه يتطلب مقاربته من منظور إصدار الأحكام وليس الحجاج. الأحكام التي تفعل فعلتها في تشكيل الرأي العام العربي حول القضايا والمشاكل والأحداث التي تثيرها مواقع الصحف الإلكترونية.

الفصل الخامس

حرية الصحافة الإلكترونية في الأردن
ومؤشـرات البيئة الصديقة والكابحة للحريات

محمد الراجي

باحث في مركز الجزيرة للدراسات

بعد مرور عقدين ونيف على نشأة الصحافة الإلكترونية في العالم العربي وبروزها كصناعة إعلامية في بيئة اتصالية ورقمية جديدة لا تزال إشكالية حرية الصحافة الإلكترونية تؤثر في بنية وهيكلية هذه الصناعة وتطور بيئتها التنظيمية التي تُمثِّل العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام، وكذلك في صَوْغ إطارها الوظيفي الذي يحدد طبيعة القطاع نفسه ومصادر تمويله وأجندته ومهنيته، وموقعه وسلوكه كراوٍ للثقافة السياسية وأداة للخطاب العام وبناء الهوية. وتزداد أبعاد هذه الإشكالية تعقيدًا إذا نظرنا إلى البيئات والسياقات المختلفة التي تتفاعل مع بيئة الصحافة الإلكترونية العربية؛ حيث تعكس الأنساق السياسية ومتغيراتها، والنظم الاقتصادية، ثم القيم والمعايير التي تُؤَطِّر الفعل السياسي والأهداف التي تحكم أداءه (السياق المعياري) تضييقًا وتحكُّمًا في العمل الصحفي الإلكتروني. وهو ما تكشفه التقارير المحلية والدولية التي ترصد واقع الممارسة الإعلامية وتقيس مؤشر حرية الصحافة في المجال العربي؛ حيث تحتل معظم الدول العربية أسفل الترتيب في هذا المؤشر، وبات بعضها يمثِّل «نقاطًا سوداء للمعلومة»[1]، مما يُكرِّس «بيئة غير صديقة» بل «بيئة معادية» تنظيميًّا/ تشريعيًّا وسياسيًّا واقتصاديًّا للعمل الإعلامي وحرية الصحافة في بعض الدول.

ولئن كان هذا «الوضع الصعب»، و«السيء» في بعض الحالات والتجارب، يخص حرية الصحافة عمومًا في العالم العربي، فإن الملاحظة الاستكشافية تُبْرِز أيضًا مظاهر بيئة غير صديقة لحرية الإعلام الرقمي، ولاسيما حرية الصحافة الإلكترونية في مراحل مختلفة لِتَشَكُّل هذه الصناعة الإعلامية في المجال العربي وتطور العمل الصحفي الإلكتروني، وهو ما يجسِّده واقع الممارسة الإعلامية الإلكترونية والمنظومة القانونية التي تُؤَطِّر مجال اشتغالها. وتغلب على روح هذه المنظومةِ القانونيةِ القيودُ والعقوبات الزجرية، والإسرافُ في التجريم، والقوانينُ

(1) يُظْهِر التصنيف العالمي لحرية الصحافة في نسخته السادسة عشرة لمنظمة مراسلون بلا حدود خلال العام 2018 وضعًا سيئًا لواقع الصحافة العربية؛ إذ جاءت معظم الدول العربية في ذيل القائمة التي تقيس أوضاع الصحافة في 180 بلدًا حول العالم، حيث تواجه حرية الصحافة "وضعًا خطيرًا" في بعض الدول العربية التي باتت تُشكِّل نقاطًا سوداء للمعلومة، مثل سوريا التي احتلت المرتبة (177) والسعودية (169) والصومال (168) واليمن (167) وليبيا (162) ومصر (161) والعراق (160)، أو تواجه "وضعًا صعبًا" مثل المغرب (135) والجزائر (136) وعمان (127). للتوسع راجع: "التصنيف العالمي لحرية الصحافة 2018: كراهية الصحافة تهدد الديمقراطيات"، مراسلون بلا حدود، (د.ت)، (تاريخ الدخول: 1 أكتوبر/ تشرين الأول 2018)، https: / /bit.ly /2JqOb0W.

المُشَرِّعَة للحجب وآلياتُ الرقابة قبل رؤية تنظيم القطاع وتقنينه، بل لا يزال بعضها مسكونًا بالعقوبة الحبسية مثل قانون الصحافة والإعلام في مصر[1]، أو منع الصحفيين من حق الكتابة مثل قانون الصحافة والمطبوعات المُعَدَّل في السودان الذي منح المجلس القومي للصحافة والمطبوعات الصحفية (وهو مجلس تابع لرئاسة الجمهورية) صلاحيةَ تعليق صدور الصحيفة لفترة لا تتجاوز 15 يومًا بدلًا من 3 أيام وفقًا للقانون الصادر عام 2009. كما خوَّل القانونُ المُعَدَّلُ المجلسَ القوميَّ سلطةَ إيقاف الصحفي عن الكتابة لـ«المدة التي يراها مناسبة»، أي عقوبة مفتوحة يُقَدِّر هو مداها مع سحب الترخيص مؤقتًا لمدة لا تتجاوز ثلاثة أشهر[2]، وقد اعتبر بعض المهنيين سلطة العقوبات الإدارية التي مُنِحَت للمجلس القومي بدعةً منبوذةً في كل قوانين الصحافة في المجتمعات الديمقراطية تتناقض مع المعايير الواردة في الاتفاقيات والمعاهدات الدولية.[3]

ومع تزايد التضييق على الحريات الإلكترونية لاحظ عددٌ من المنظمات والمؤسسات الدولية التي تُعنى بحالة الحريات الصحفية في العالم، تراجعًا لافتًا في حرية الإنترنت بالمنطقة العربية، مثل منظمة فريدوم هاوس، في تقريرها السنوي الخاص بمؤشر حرية الإنترنت في العالم لعام 2017، الذي صنَّف دولًا مثل مصر والسودان والسعودية والبحرين والإمارات وسوريا في خانة «دول غير حرة»، ودولًا أخرى مثل المغرب وتونس وليبيا والأردن ولبنان في خانة

(1) أقرَّ البرلمان المصري قانون تنظيم الإعلام والصحافة في يونيو/ حزيران 2018، ولا تزال بعض مواده تنص على العقوبة الحبسية التي تصل أحيانًا إلى خمسة أعوام (المادة 110)، وأيضًا الحبس مدة لا تقل عن سنة وتُضاعَف العقوبة في حدها الأدنى والأقصى في حالة العود (المادة 104 و107). راجع: "الأهرام تنشر النص الكامل لمشروع قانون تنظيم الصحافة والإعلام"، الأهرام، 10 يونيو/ حزيران 2018، (تاريخ الدخول: 12 أكتوبر/ تشرين الأول 2018): https: / /bit.ly /2IT2QmH.

(2) صادق مجلس الوزراء السوداني على قانون الصحافة والمطبوعات الصحفية في يونيو/ حزيران 2018، وهو القانون المُعَدِّل لقانون الصحافة الصادر عام 2009، وتضمنت التعديلات استيعاب الصحافة الإلكترونية، وقد أثار القانون انتقادات كثيرة في صفوف المهنيين وكذلك الاتحاد العام للصحفيين السودانيين باعتباره قانونًا مُقَيِّدًا لحرية الصحافة والصحفيين، ووسَّع أيضًا من سلطة الجزاءات الممنوحة للجهاز الإداري (المجلس القومي للصحافة والمطبوعات الصحفية) وخارج سلطة المحاكم. للتوسع انظر: "تعديلات قانون الصحافة السوداني تُجْهِز على الحريات المتبقية"، العرب، 29 يونيو/ حزيران 2018، (تاريخ الدخول: 12 أكتوبر/ تشرين الأول 2018)، https: / /bit.ly /2EiEW5r.

(3) عزمي عبد الرزاق، "قانون جديد للصحافة السودانية.. إعصار ضد الحريات"، ألترا صوت، 27 يونيو/ حزيران 2018، (تاريخ الدخول: 12 أكتوبر/ تشرين الأول 2018): https: / /bit.ly /2EiFg49.

«دول حرة جزئيًّا».[1] وهو التصنيف نفسه الذي احتلته هذه الدول في مؤشر حرية الإنترنت لمؤسسة فريدوم هاوس خلال العام 2016 [2]، وهو يقيس مستوى هذه الدول فيما يخص حرية الإنترنت، وحرية وسائل الإعلام الرقمي وكذلك حرية وسهولة الوصول إلى المعلومات عبر الأجهزة والمنصات الرقمية المختلفة، وتشمل معايير التصنيف ثلاثة مجالات: عقبات الوصول إلى المعلومات، والقيود على المحتوى، وانتهاكات حقوق المستخدم.

ورغم المشتركات التي تجمع وحدات العينة في تصنيفات مؤشر حرية الإنترنت (دول حرة، حرة جزئيًّا، غير حرة)، فإن ذلك لا يعني تَمَاثُل جميع الحالات والتجارب، خصوصًا في حقل الصحافة الإلكترونية وما يميز إطارها التشريعي والقانوني والسياسي، فضلًا عن أوضاعها المهنية المختلفة؛ إذ تحتفظ تلك الحالات في المجال العربي بخصوصيتها وطابعها المحلي الذي تنتجه السياقات المتعددة (السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية) في تفاعلها مع البيئة الإعلامية، وهو ما يجعلنا نفترض أن تجربة الصحافة الإلكترونية في الأردن تتميز بتحولات وانتقالات وانعطافات واتجاهات مختلفة في استيعابها لإشكالية حرية الصحافة زهاء العقدين المنصرمين. وفي ضوء ذلك نفترض أيضًا أن العمل الصحفي الإلكتروني في الأردن أنتج مفهومًا خاصًّا أو مفهومًا جديدًا لحرية الصحافة الإلكترونية عبر تفاعله مع محيطه السياسي، كما أنتج فاعلين جددًا من خارج الجسم الصحفي التقليدي أسهموا في بلورة المفهوم الجديد لحرية الصحافة الإلكترونية وصياغة مرتكزاته ضمن سياق تطورات المشهد السياسي والاجتماعي الذي وُسِمَت إحدى محطاته بالحراك الشعبي ومطالبته بإصلاح النظام السياسي في العام 2011. وهنا، نفترض أيضًا وجود علاقة تبادلية بين مظاهر البيئة الإعلامية للصحافة الإلكترونية والسياق السياسي العام؛ إذ ينعكس هذا التفاعلُ بين بيئة العمل الإعلامي الإلكتروني والسياقات المختلفة في حالة الممارسة الإعلامية ونسق تغطيتها ومعالجتها للقضايا التي تهمُّ الرأي العام، والإطار الوظيفي للعمل الصحفي الإلكتروني، ويؤثر أيضًا في جوهر حرية الصحافة الإلكترونية وحدودها وطبيعة أبعادها، وكذلك في المنظومة القانونية التي

---

(1) "Freedom on the Net: Manipulation Social Media to Undermine Democracy," Freedom House, November 2017, "accessed October 13, 2018". https://bit.ly/2PAeZiZ.

(2) "Freedom on the Net: Silence the Messenger: Communication Apps under Pressure,"" Freedom House, November 14, 2016, "accessed October 13, 2018". https://bit.ly/2g84plT.

تؤطِّر الممارسة المهنية، وعلاقة الصحافة بالسلطة والنظام السياسي عمومًا.

إذًا، تُشَكِّل هذه الفروض منطلقًا للبحث في حالة حرية الصحافة الإلكترونية[1] بالأردن ضمن سياقاتها القانونية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية، واستقصاء العوامل والمؤشرات الصديقة للحريات والأدوات الكابحة لها التي تؤثر في اتجاهاتها ومساراتها، والعلاقة التبادلية بين بيئة العمل الإعلامي الإلكتروني والبيئات المختلفة التي يتفاعل معها. وستركز الدراسة في مقاربة تلك الفروض ومتغيراتها على المحاور الآتية:

1. حالة حرية الصحافة الإلكترونية: مساراتها وانعطافاتها.

2. الإطار التشريعي والمنظومة القانونية للصحافة الإلكترونية.

3. السياق السياسي لبيئة العمل الصحفي الإلكتروني.

تستند الدراسة في فهم حالة حرية الصحافة الإلكترونية بالأردن ومساراتها وتحولاتها إلى مدخل إيكولوجيا الإعلام الذي يُعنى بدراسة البيئات الإعلامية؛ حيث تلعب التكنولوجيا والتقنيات ونموذج المعلومات ورموز الاتصال دورًا أساسيًّا في الشؤون الإنسانية[2]، أي البحث في العلاقات بين الفاعلين ومعالجات المنظومات الإعلامية في

---

(1) يراد بالصحافة الإلكترونية في هذه الدراسة المواقع الإخبارية الإلكترونية التي نشأت في بيئة اتصالية رقمية جديدة منذ العام 2006، كما تشير معظم الدراسات التي تناولت تاريخ الصحافة الإلكترونية في الأردن، مثل وكالة عمون الإخبارية، ووكالة أنباء سرايا، وموقع خبرني، وصحيفة المقر، ووكالة البوصلة الإخبارية، وصحيفة السوسنة، وعمان نت، وهلا الأخبار، وجو 24، والوكيل نيوز (...) حتى بلغ عددها 400 موقع إلكتروني بين عامي 2011 و2013. ولا يشمل هذا التعريف المنصات الإلكترونية (الكربونية) الموازية للنسخ الورقية، مثل الدستور والرأي، وكذلك المواقع الإخبارية الإلكترونية التي نشأت عبر الويب وتنطلق من التجارب الورقية.

للمزيد حول تاريخ الصحافة الإلكترونية في الأردن، انظر: جمعية المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية، "الصحافة الإلكترونية"، 1 سبتمبر/ أيلول 2014، (تاريخ الدخول: 20 أكتوبر/ تشرين الأول 2018)، https: / /bit.ly /2J6dLJD.

للاطلاع على عدد المواقع الإلكترونية حتى نهاية العام 2013، راجع: "الأردن يحجب نحو 290 موقعًا إخباريًّا إلكترونيًّا بسبب عدم الترخيص"، jordannewsagency، 5 يونيو/ حزيران 2013، (تاريخ الدخول: 20 أكتوبر/ تشرين الأول 2018)، https: / /bit.ly /2AnOqIF.

(2) An Overview of Media Ecology (Lance Strate)," Media Ecology Association, "accessed" October 15, 2018". https://bit.ly/TPGojI.

مستويات مختلفة؛ لاسيما أن دراسة وسائل الإعلام تستدعي التفكير في المحتوى والكيفية التي يؤثر بها في الناس، وكيف يمكن لهؤلاء الذين تعرضوا لوسائل الإعلام اتخاذ إجراءات للتأثير في المنظومات الاجتماعية[1]. إذًا، يدرس المدخل النظري لإيكولوجيا الإعلام كيفية تأثير الإعلام في الإدراك الإنساني، والفهم، والشعور، والقيمة، وكيف أن تفاعل الإنسان مع الإعلام يُسَهِّل أو يُعَقِّد فرصه في البقاء، وهو ما يقتضي أيضًا دراسة البيئات: هيكلها ومحتواها وتأثيرها في الناس؛ إذ تُمَثِّل البيئةُ نظامَ رسائل معقدًا يفرض على البشر بعض طرق التفكير والشعور والتصرف، وتعمل على صوغ ما يمكن رؤيته والحديث عنه ومن ثم ممارسته، وتحدد الأدوار التي يقوم بها الإنسان وتساعده على القيام بها، وتُعَيِّن ما يُسْمَح وما لا يُسْمَح له فعله. إن إيكولوجيا الإعلام تدرس وسائل الإعلام باعتبارها بنيات وهياكل[2] تؤثر في رؤية الفرد لمحيطه.

ويساعدنا هذا المدخل النظري في دراسة البيئات المختلفة للصحافة الإلكترونية في الأردن، والتي تشمل المحتوى والبنية والوظيفة والتأثير الاجتماعي وعلاقاتها التبادلية من جهة، ثم تفاعلات هذه البيئات مع السياقات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية من جهة ثانية. وتستفيد الدراسة أيضًا في مقاربتها لهذه القضايا من إثنوغرافيا التواصل لاهتمامها **أولًا**: بالجوانب الثقافية والاجتماعية أثناء تفسير المعاني والسلوك تفسيرًا شاملًا. **وثانيًا**: باعتبارها منهجية بحث اجتماعي يتميز باندماج الباحث في مجتمع الدراسة لفترة من الزمن ومراقبة ما يحدث ويسمع ما يُقال لجمع البيانات بهدف تسليط الضوء على قضايا محورية في البحث. ومن ثم فإن البحث عبر طريقة إثنوغرافيا التواصل يقع بين حدود البحث الكيفي السوسيولوجي لمجرد الفهم وبين البحث الإجرائي لأن هدفه تحليل الخطاب ثم إعادة بنائه.[3] وفي سبيل الوصول إلى تفسير شمولي يستعمل المختصون في إثنوغرافيا التواصل المقابلات والملاحظات الحقلية وغيرها من وسائل جمع المعلومات[4]، وهما (أي المقابلة والملاحظة)

---

(1) Media Ecology – An Introduction,” mediaecologies.wordpress, “accessed October 15,” 2018”. https://bit.ly/2IWUom7.

(2) Octavia Islas and, Juan D. Bernal, “Media Ecology: A Complex and Systematic Metadiscipline,” philosophies, no. 1, (2006): 191.

(3) عبد الله بن محمد المفلح، من تحليل الخطاب إلى بناء الخطاب: رؤية في توظيف اللغة أداة للتغيير والتطوير، (الأردن، كنوز المعرفة، 2017)، ص 35-36.

(4) المرجع السابق، ص 36.

الأداتان البحثيتان اللتان تساعدان أيضًا في تحديد اتجاهات المبحوثين والتعرف على العوامل التي تؤثر في مواقفهم، فضلًا عن تنظيم المعلومات وترتيبها وتقليل التأويل والفهم الخاطئ.[1]

ويتشكَّل مجتمع الدراسة من فئات وقطاعات مختلفة تُمثِّل جزءًا من بيئة الصحافة الإلكترونية، ومكونات فاعلة في بنيتها وهيكلها وإطارها الوظيفي وموقعها كراوٍ للثقافة السياسية وأداةٍ للخطاب العام، وقد بلغ عدد مفردات عينة الدراسة 24 وحدة تشمل الفاعلين المهنيين، خاصة رؤساء تحرير المواقع الإخبارية الإلكترونية، والفاعلين النقابيين، وكتَّاب الرأي، والباحثين والأكاديميين، والفاعلين الحقوقيين، والبرلمانيين/ المشرعين. وجاء توزيع وحدات العينة كالآتي: 10 **صحفيين وناشرين** (ناشر موقع عمون، سمير الحياري، ورئيس تحرير صحيفة المقر، سلامة الدرعاوي، ورئيس مجلس إدارة المقر، طاهر العدوان، والمحررة التنفيذية لمجلة حِبْر ومحاضرة في الإعلام الرقمي في معهد الإعلام الأردني، لينا عجيلات، ورئيسة تحرير موقع وكالة البوصلة الإخبارية، ربى كراسنة، وناشر وكالة البوصلة، عبادة الزرقان، ورئيس تحرير موقع خبرني، محمد الحوامدة، ومدير شبكة الإعلام المجتمعي ومؤسس موقع عمان نت وراديو البلد، داود كتاب، ومدير عام وكالة أنباء سرايا، هاشم الخالدي، ورئيس تحرير موقع المستقبل سابقًا، شاكر الجوهري)، **وعضوان في نقابة الصحفيين الأردنيين** (نقيب الصحفيين، راكان السعايدة، وعضو مجلس النقابة، خالد القضاة)، **واثنان من كتَّاب الرأي** (حلمي الأسمر وسميح المعايطة)، **و5 من الأكاديميين والباحثين** (عميد كلية الإعلام في جامعة البتراء، تيسير أبوعرجة، وعميد معهد الإعلام الأردني، باسم الطويسي، ورئيس مركز

(1) مزج الباحث في جمع المعلومات المرتبطة بمحاور الدراسة بين المقابلة المُقَنَّنَة والمقابلة الحرة؛ ففي الأولى تكون الأسئلة محددة مسبقًا من قِبَل الباحث، ويتم طرح نفس الأسئلة في كل مقابلة وفي الغالب حسب نفس التسلسل، ويعتبر هذا النوع علميًّا أكثر من المقابلات الأخرى لتوفيره الضوابط اللازمة التي تسمح بصياغة تعميمات علمية. أما المقابلة الحرة فمرنة لا قيود عليها، ويمكن تعديل الأسئلة وتغييرها وزيادتها أو نقصانها بحسب الظروف وأوضاع المبحوثين. للتوسع راجع: هلال المزاهرة، منال، مناهج البحث الإعلامي، (دار المسيرة، الأردن، 2014)، ط 1، ص 240–241.

واستخدم الباحث أيضًا الملاحظة المنظمة، أي غير المباشرة، وفيها انتباه مقصود ومنظم ومضبوط للظاهرات أو القضايا من أجل اكتشاف أسبابها وقوانينها، وهي الملاحظة العلمية بالمعنى الصحيح؛ توجهها فرضية معينة أو نظرية محددة، وتتم في ظروف مخطط لها عندما يحدد فيها الباحث المشاهدات التي يريد أن يجمع عنها بيانات. انظر: وحيد دويدري، رجاء، البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارسته العلمية، (دار الفكر، دمشق، 2008)، ص 316–320.

الرأي للدراسات، خالد الشقران، والباحث والناشط السياسي هاني الحوراني، والباحث والكاتب السياسي وليد حسني زهرة)، **واثنان من الحقوقيين** (الرئيس التنفيذي لمركز حماية وحرية الصحفيين، نضال منصور، والمديرة التنفيذية لمؤسسة ميزان للقانون، إيفا أبو حلاوة)، **وعضوان برلمانيان** (صالح العرموطي عن كتلة التحالف الوطني للإصلاح ونقيب المحامين الأردنيين الأسبق، ومصطفى فؤاد الخصاونة عضو عن كتلة العدالة)، **ورئيس هيئة الإعلام،** محمد قطيشات. وقد أجرى الباحث جميع هذه المقابلات خلال الفترة الممتدة بين 18 و25 ديسمبر/ كانون الأول 2017 في عَمَّان.

ويساعد هذا التنوع والتعدد في وحدات العينة أيضًا في تفسير حالة حرية الصحافة الإلكترونية بالأردن ومؤشرات بيئتها الصديقة والسياقات الكابحة للحريات انطلاقًا من رؤى وزوايا مختلفة، وكذلك الإحاطة بالاتجاهات التي تعكسها ممارسة العمل الصحفي الإلكتروني في استيعاب الحرية الصحفية وحدودها وأبعادها، والعوامل المؤثرة في هذه الاتجاهات وعلاقتها بالسياقات والبيئات المحيطة بها.

1. حالة حرية الصحافة الإلكترونية: مساراتها وانعطافاتها

تتأثر الحرية الصحافية بعوامل متعددة ومختلفة، حيث تلعب السياقات ببعديها، السوسيولوجي والتاريخي، دورًا مهمًّا في إنتاج الأفكار والمفاهيم وأيضًا الاتجاهات التي تنشأ وتترعرع في سياقات حاضنة تتدافع فيها معادلات التحدي والاستجابة كي تنتج أفكارًا سرعان ما تُترجم إلى صياغات رمزية تنبثق منها الأطر البنيوية الخاصة بكل مفهوم، فالمفهوم ابن زمنه وابن بيئته.[1] من هذا المنطلق، فإن حرية الصحافة الإلكترونية وممارستها لا تنفصل عن السياقات السياسية والقانونية (في المستويين العام والخاص) والاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تُؤَطِّر بيئة العمل الإعلامي الإلكتروني وتتفاعل معه. لذلك، فإن النظر في حالة الحرية الصحفية الإلكترونية بالأردن والبحث في مساراتها وانعطافاتها منذ نشأة هذا الإعلام وتطور تجاربه الصحفية يكشف اختلاف السياقات التي حكمت الممارسة الإعلامية الإلكترونية ومفهوم حرية الصحافة نفسه. وهنا، يميز الفاعلون المهنيون والباحثون المشتغلون

---

(1) خليل العناني، "سياقات الحرية وإشكالاتها: قراءة في أطروحات عبد الله العروي"، الملتقى الفكري للإبداع، 11 أكتوبر/ تشرين الأول 2017، (تاريخ الدخول: 22 أكتوبر/ تشرين الأول 2011): https: / /bit.ly /2CZAqqW.

بهذا الحقل بين ثلاثة مراحل لحالة حرية الصحافة الإلكترونية، ترتبط أساسًا بالبعدين التشريعي والسياسي، **أولًا**: حالة حرية الصحافة الإلكترونية قبل التشريع (2006– 2011)، أي قبل صدور أي قانون لتنظيم العمل الإعلامي الإلكتروني، **ثانيًا**: حالة حرية الصحافة الإلكترونية بعد التشريع (2012– 2015)، **ثالثًا**: حالة حرية الصحافة الإلكترونية (2016–).

1.1. حالة حرية الصحافة الإلكترونية قبل التشريع (2011 - 2016)

ليس ثمة سمة مخصوصة لحالة حرية الصحافة الإلكترونية في هذه المرحلة؛ إذ تمتزج فيها مظاهر مختلفة في ظل غياب منظومة أو إطار قانوني ينظِّم ممارسة العمل الصحفي الإلكتروني الذي كان يخضع خلال هذه المرحلة لمقتضيات قانون المطبوعات والنشر رقم (8) لسنة 1998 قبل أن يُعَدَّل في العام 2012 (قانون المطبوعات والنشر المُعدَّل رقم 32 لسنة 2012) ويستوعب الصحافة الإلكترونية؛ حيث ألزم في مادته (49) المطبوعات الإلكترونية التي تنشر الأخبار والتحقيقات والمقالات والتعليقات بالتسجيل والترخيص، لكن في الوقت نفسه تُطَبَّق عليها جميع التشريعات النافذة ذات العلاقة بالمطبوعة الصحفية.[1]

أ- سقف مفتوح يتجاوز التابوهات

في سياق الفراغ القانوني، الذي واكب مرحلة التأسيس وتطور النشاط الصحفي الإلكتروني خلال الأعوام الستة الأولى، تشكَّلت حالة خاصة بحرية الصحافة لهذا القطاع الإعلامي؛ تختلف رؤى الفاعلين المهنيين والمشتغلين بهذا الحقل في تحديد معالمها وأبعادها وإن كان هناك شبه إجماع على «ارتفاع منسوب أو مستوى حرية الصحافة الإلكترونية» عمومًا في هذه الفترة، بل يعتبره مدير عام وكالة أنباء سرايا، هاشم الخالدي، «مستوى جيدًا، حيث كان السقف عاليًا؛ لأن الدولة لم تكن تنتبه لخطورة المواقع الإخبارية الإلكترونية».[2] وتكاد هذه الدرجة المعيارية التي تُقِرُّ بـ«مستوى جيد و/ أو سقف مرتفع» للحرية تَرِد في خطاب

(1) "قانون المطبوعات والنشر وفقًا للقانون المعدل رقم 32 لسنة 2012"، شبكة قانوني الأردن، 24 سبتمبر/ أيلول 2012، (تاريخ الدخول: 24 أكتوبر/ تشرين الأول 2018): https: / /bit.ly /2Sdditi.

(2) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع هاشم الخالدي، مدير عام وكالة أنباء سرايا، 19 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

معظم الفاعلين[1] كاشفةً تأثير الصحافة الإلكترونية في الحريات الإعلامية بالأردن. وهنا، يستخدم ناشر وكالة البوصلة الإخبارية؛ عبادة الزرقان، ما سمَّاه «سقفًا مفتوحًا» لوصف حالة حرية الصحافة الإلكترونية خلال هذه المرحلة، «خاصة أن النشاط الإعلامي الإلكتروني لم يكن يخضع لأي تنظيم قانوني، كما لم يكن هناك تضييق على هذا النشاط الإعلامي؛ إذ شكَّلت الصحافة الإلكترونية متنفسًا كبيرًا للجمهور تُعَبِّر عن آرائه بشكل حقيقي في بعض المراحل».[2]

وكان من مظاهر هذه الحالة -كما وصفتها المحررة التنفيذية لمجلة حِبْر والمحاضرة في الإعلام الرقمي في معهد الإعلام الأردني، لينا عجيلات- أن «توسَّعت حدود الحرية

(1) خلال المقابلات التي أجراها الباحث -سواء مع الفاعلين المهنيين أو الحقوقيين المعنيين بالحريات الإعلامية أو كتَّاب الرأي أو الباحثين والأكاديميين المشتغلين بحقل الصحافة الإلكترونية- لاحظ تواتر هذه الدرجة المعيارية (مستوى جيد و/ أو سقف مرتفع وسقف عال) في توصيف حالة حرية الصحافة الإلكترونية، "فقد كنَّا، يقول الصحفي سمير الحياري وناشر موقع عمون، ننتقد الأوضاع بسقف عال جدًّا، وننشر كل بيانات المعارضة والمقالات الممنوعة في الصحف الورقية"، وهو ما عبَّر عنه أيضًا محمد الحوامدة، رئيس تحرير موقع خبرني؛ إذ "كان سقف الحرية مرتفعًا في هذه المرحلة، وزاد مستوى الحريات في فترة الربيع العربي"، ويُقِرُّ داوود كتاب، مدير شبكة الإعلام المجتمعي ومؤسس موقع عمان نت وراديو البلد، بهذه الحالة التي كان فيها "مستوى الحرية جيدًا رغم التدخلات التي يكون مصدرها غالبًا القوانين والإجراءات غير المكتوبة مما يؤدي إلى تعطيل أعمال لا علاقة لها بالإعلام، لكن رسالتها واضحة وتهدف إلى الضغط والتحكم". وينسب الصحفي والكاتب، حلمي الأسمر، الفضل في الحفاظ على ما بقي من حريات في العالم العربي إلى الصحافة الإلكترونية التي عرفت فيها الحرية خلال هذه المرحلة "سقفًا مرتفعًا"، "وشكَّلت المنصات الإلكترونية ملاذات للصحفيين الذين كانون يتطلعون للتعبير الحر خاصة ممن كانون يعملون في المؤسسات الرسمية وشبه الرسمية ويتعسَّر عليهم التعبير فوجدوا في هذه المنصات سقفًا عاليًّا للتعبير والتفَّ حولها طلاب الحرية". ولأن مالكي الصحف الإلكترونية كانون يريدون تحقيق النجاح، كما يرى الناشط والباحث السياسي هاني الحوراني، "فقد كان السقف عاليًا دون أن تتعرض لعقوبات صارمة". ومن موقع الأكاديمي، يرى تيسير أبوعرجة، عميد كلية الإعلام في جامعة البتراء، أن "الصحافة الإلكترونية فرضت واقعًا جديدًا، أغرت الكثيرين بدخولها حتى ناف عدد المواقع على 400 وكانت الحريات واسعة". ونجد هذا الوصف أيضًا لدى الحقوقيين المعنيين بالحريات الإعلامية، حيث يؤكد نضال منصور، الرئيس التنفيذي لمركز حماية وحرية الصحفيين، أن "هذه المرحلة عرفت هوامش جيدة جدًّا للحريات".

(2) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع عبادة الزرقان، ناشر وكالة البوصلة الإخبارية، 20 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

الإعلامية وظهرت مواقع ذات توجهات سياسية معارضة ونقدية، وبدأت ملامسة المحرمات سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.. وسرعان ما تم تكسير الكثير من التابوهات (المقدسات) والخطوط الحمراء في العام 2011، مثل: الملك والجيش والمخابرات. وامتلكت هذه الصحافة القدرة على انتقاد المؤسسات بشكل واضح وصريح وكان الأمر غير مسبوق. فقد كنا نعالج جميع المواضيع بأبعاد نقدية دون أن نتعرض لأي إشكالات..».[1] ويلاحظ بعض الصحفيين المهنيين أن القوة التأثيرية للنشاط الصحفي الإلكتروني في المشهد السياسي وارتفاع منسوب الحرية ظهرت معالمها قبل لحظة الربيع العربي. فقد كانت مرحلة التأسيس، وانطلاقًا من العام 2007، فترة خصبة للنقد الذي تعزَّز في العام 2008، كما يرى رئيس تحرير موقع خبرني، محمد الحوامدة، بل وجدت الصحافة الإلكترونية نفسها تقوم بدور المعارضة في العام 2009 وذلك منذ اليوم الأول لتكليف سمير زيد الرفاعي بتشكيل الحكومة (9 ديسمبر/ كانون الأول 2019- 1 فبراير/ شباط 2011)[2]، وقد شكَّل هذا المناخ السياسي البيئة الحاضنة و»الصديقة» لهذا الاتجاه. وفي هذا السياق، «لم يعد هناك سقف لحرية الصحافة الإلكترونية، كما يرى الباحث وليد حسني زهرة، بل أصبح هذا السقف وهميًّا؛ إذ تم خرق كل التابوهات، وباتت الصحافة الإلكترونية تتحدث عن القصر والعائلة المالكة والجيش.. إلخ. وقد أسهم ذلك في اهتمام الجمهور بهذه الوسائط الجديدة التي لا سقوف لها وكانت أقرب إلى المواطنين من الصحافة الكلاسيكية».[3]

لقد كرَّست هذه الحالة مزيدًا من الجرأة في معالجة ومتابعة قضايا الشأن العام وأيضًا

---

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع لينا عجيلات، المحررة التنفيذية لمجلة حِبْر، 22 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

(2) نشر موقع خبرني بمناسبة تعيين سمير زيد سمير الرفاعي رئيسًا للحكومة، في 9 ديسمبر/ كانون الأول 2009، مقالًا بنفس العنوان "سمير زيد سمير الرفاعي" انتقد فيه تكليف الرجل، واعتبره مفاجأة لمختلف الأوساط السياسية والشعبية في الأردن، وعبَّر عن خشيته من "التوريث السياسي" بتعيين سمير الرفاعي رئيسًا للحكومة، فهو ابن رئيس الوزراء الأسبق، زيد الرفاعي، وحفيد رئيس الوزراء الرفاعي (الجد). وأبدى الموقع حذره من الحكومة الجديدة، مشيرًا إلى نقص خبرة سمير الرفاعي وعدم تمرُّسه بشكل كاف لرئاسة الحكومة. للمزيد انظر: "سمير زيد سمير الرفاعي"، خبرني، 9 ديسمبر/ كانون الأول 2009، (تاريخ الدخول: 26 أكتوبر/ تشرين الأول 2018): https://bit.ly/2yAsxnR.

(3) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع وليد حسني زهرة، باحث وكاتب سياسي، 25 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

في طرح الموضوعات والإشكاليات التي تعرفها جميع المجالات والقطاعات، وهو ما يشير إليه الأكاديمي وعميد معهد الإعلام الأردني، باسم الطويسي، الذي لاحظ جرأة الصحافة الإلكترونية في تناول قضايا سياسية لم يكن الإعلام يتجرَّأ عليها في السابق؛، ففي القضايا الاجتماعية مثلًا يتم نقد العشيرة، وفي السياسة يتم نقد العلاقة الأردنية-الفلسطينية، «وهي قضية تثير حساسية كبيرة في العلاقة بين الطرفين..كما أن القضايا الثقافية التي تتعلق بحقوق المرأة كان يتم تناولها بجرعة كبيرة من الحرية».[1]

هذا «السقف المفتوح» في حرية الصحافة الإلكترونية، وكذلك «الجرأة» التي وَسَمَت النشاط الصحفي الإلكتروني في متابعته لقضايا الشأن العام ومناقشة الموضوعات السياسية والاجتماعية والثقافية، يربطهما البعض بالدينامية السياسية التي خلقتها مجموعة من الأحداث في المشهد السياسي الأردني، مثل حراك المتقاعدين العسكريين والبيان الذي صدر عن هؤلاء في مايو/ أيار 2010 مُطَالِبًا بإنقاذ البلاد من خلال برنامج يشتمل على عدد من البنود، داعيًا إلى تشكيل الحكومات على أساس يُمَثِّل الشعب الأردني وليس مراكز النفوذ والعائلات الحاكمة ورجال الأعمال، والالتزام والتقيد بروح الدستور ونصوصه والابتعاد عن المزاجية في اختيار شخوص الحكومة، والوظائف العليا التي يجب أن تكون بعيدة عن العلاقات الشخصية أو المالية وأن تضع المصلحة العليا للوطن فوق كل الاعتبارات من خلال اختيار شخصيات وطنية معروفة بالانتماء والنزاهة. كما طالب البيان بشن حملة حقيقية وشاملة لمكافحة الفساد ومصادرة ثروات الفاسدين، واستعادة الملكية العامة للقطاعات الاقتصادية الاستراتيجية، والشروع في سياسات تنموية وطنية يكون عمادها أولوية الريف والبادية، وإطلاق حرية التنظيم والنشاط السياسي والإعلامي.[2]

وهنا، نلاحظ أن بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية شكَّلت منصات لانتقاد اختيارات السلطة وأجهزتها الحكومية مستفيدة من دينامية السياق السياسي العام، وقد تعزَّز ذلك البعد النقدي للنشاط الصحفي الإلكتروني خلال الحراك السياسي الذي شهده الأردن في ظل الربيع العربي. «فقد كانت هذه اللحظة السياسية، في نظر الباحث هاني الحوراني، فترة ازدهار الصحافة

---

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع باسم الطويسي، عميد معهد الإعلام الأردني، 21 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

(2) نص بيان المتقاعدين العسكريين- حول التوطين"، الرأي برس، 9 مايو/ أيار 2009، (تاريخ الدخول: 26 أكتوبر/ تشرين الأول 2016)، https: / /bit.ly /2ORzafU.

الإلكترونية التي ارتفع فيها سقف الحرية، وكانت (الصحافة الإلكترونية) بجانب الإعلام الاجتماعي مصدرًا لمعرفة أصوات الحراكات، مما جعل الربيع العربي فترة الذروة بالنسبة لحرية الصحافة الإلكترونية»[1]، بل يبدو نشاط بعض المواقع الإخبارية متماهيًا مع الحراك ومع مطالبه لمجاراة الحراك الشعبي الذي رفع من سقف مطالبه السياسية والإصلاحية وانتقاداته المباشرة للحكم والدولة[2]. «لقد كنا نسير معًا، يقول ناشر وكالة عمون، سمير الحياري، وندفع باتجاه الحرية والتغيير، وقد كانت التعديلات الدستورية من ثمار ما جرى في الصحافة الإلكترونية والحراك»[3]. في الواقع، قد لا يكون النشاط الصحفي الإلكتروني عاملًا جوهريًّا وحاسمًا في ثمار الحراك كما يرى الحياري، لكنه «لعب دون شك دورًا في تأجيج الحراك الذي كان سقفه لا يتجاوز الإصلاح السياسي، بحسب ناشر وكالة البوصلة الإخبارية، عبادة الزرقان، حيث تفاعلت المواقع والصحف الإلكترونية مع مطالب الإصلاح والتعديلات الدستورية».[4]

وفي رصدنا لحالة حرية الصحافة الإلكترونية في هذه المرحلة يجب ألا نُغفِل متغيرًا آخر كان له دور مهم في الدرجة المعيارية التي بلغتها الحرية، ويتمثَّل في خصوصية الصحافة الإلكترونية نفسها التي تسمح للمتلقي/ المستخدم بالتفاعل مع المحتوى باعتبار ذلك أحد مفاتيح القيمة المضافة لهذا الإعلام. وبشكل عام هناك خاصيتان تميِّزان التفاعلية، **أولًا**: أن الاتصال يكون متعدِّد الاتجاهات بين المرسلين والمستقبلين، **وثانيًا**: أن مشاركة الأفراد يتم التحكم فيها أثناء عملية الاتصال[5]، وهذا يعني أن الاتصال أصبح في اتجاهين تتبادل فيه أطراف عملية الاتصال الأدوار، ويكون لكل طرف فيها القدرة والحرية في التأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان الذي يُناسبه وبالدرجة التي يراها.[6] ويترتب على ذلك ما يلي:

---

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع هاني الحوراني، باحث وناشط سياسي، 21 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

(2) وليد حسني زهرة، حيرة الشاهد: الإعلام الأردني في الربيع العربي والحراك الشعبي، ط 1 (الأردن، دار ورد، 2015)، ص 268.

(3) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع سمير الحياري، ناشر وكالة عمون، 18 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

(4) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع عبادة الزرقان، ناشر وكالة البوصلة الإخبارية، 20 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

(5) Jones Steve, Encyclopedia of New Media (London: Sage, 2003), 241.

(6) محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط 1 (القاهرة، عالم الكتب، 2007)، ص 30.

– لا يقف دور المستقبِل عند حدود التلقي والقيام بالعمليات المعرفية في إطار الاتصال الذاتي بعيدًا عن المرسل أو القائم بالاتصال، أو تكون قراراته في حدود القبول والاستمرار، أو التوقف والعزوف عن العملية الاتصالية فقط، ولكن تحوَّل المستخدم إلى مشارك في عملية الاتصال ومؤثِّر في بناء عناصرها باختياراته المتنوعة والمتعددة.

– لا تتوقف المشاركة فقط على الاختيار المطلق من بين المخرجات أو المحتوى النهائي في عملية الاتصال، بل تمتد إلى التأثير في عملية بناء المحتوى وتوجيهه سواء كان هذا التأثير تزامنيًّا مع عرض البرامج أو المحتوى أو غير تزامني عند التعرض إلى البرامج طبقًا لخيارات زمن التعرض بالنسبة للمتلقي.[1]

وهنا، أصبحت التعليقات تحظى بأهمية اتصالية بالغة باعتبارها مؤشرًا محددًا لحجم انتشار الصحيفة الإلكترونية وتأثيرها في المشهد الإعلامي والسياسي، وأيضًا عاملًا مساعدًا في جذب المعلنين، لذلك أفسحت المواقع الإخبارية المجال واسعًا لتعليقات المستخدمين، «وكانت تتفاعل مع الجمهور الذي يعبِّر عن وجهة نظره بكل حرية ويطرح وجهة نظره كاملة في ظل سقف مرتفع للحرية، يقول عبادة الزرقان، لاسيما أنه لم يكن هناك اسم صريح يميز المشارك».[2] وقد سمح ذلك للمستخدم المنتِج للمحتوى بالمساهمة في توسيع فضاء حرية الرأي والتعبير وتعزيز المجال العام لتفاعل الآراء والأفكار؛ فقد «بات المواطن الفاعل الرئيسي الذي دفع الصحافة الإلكترونية لخرق السقوف وتجاوز الخطوط الحمراء والتابوهات، كما يرى الباحث وليد حسني زهرة، فهو لم يكن مستعدًّا للالتزام بهذه الخطوط الحمراء أو التابوهات أو القوانين والتشريعات، ولا ننسى دور الموقع الإخباري الإلكتروني نفسه والعاملين فيه خاصة الصحفيين الإلكترونيين والجيل الجديد من الصحفيين؛ فهؤلاء هم الفاعلون الجدد في رسم حدود حرية الصحافة الإلكترونية».[3]

كان طبيعيًّا أن يؤثر هؤلاء الفاعلون الجدد، لاسيما الصحفيون الإلكترونيون والصحفي المواطن وبعض كتاب الرأي، وهم أحد مؤشرات البيئة الصديقة للحريات، في الحالة الإعلامية الجديدة، وأيضًا في مفهوم الحرية الإعلامية وحرية الصحافة الإلكترونية تحديدًا؛ حيث نشأ مفهوم جديد تجسَّدت أهم أبعاده في الجرأة غير المسبوقة في تناول قضايا الشأن

(1) المرجع السابق، ص 30–31.

(2) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع الزرقان، مرجع سابق.

(3) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع حسني زهرة، مرجع سابق.

العام، وتجاوز الخطوط الحمراء والتابوهات، وهو ما لاحظه الأكاديمي وعميد كلية الإعلام في جامعة البتراء، تيسير أبوعرجة «أحسسنا أن هناك حالة جديدة، وموضوعات جديدة، وأسماء لكتاب جدد لم يكونوا معروفين ولأساتذة جامعيين..أحسسنا أن هناك رغبات مدفونة تسعى للتعبير عن نفسها في هذه المرحلة».[1] إذًا، خلقت الحوامل الجديدة بيئة إعلامية إلكترونية جديدة مفتوحة بسقف عال، ومفهومًا جديدًا للحرية الصحفية جعل الصحافة التقليدية، لاسيما الصحافة المكتوبة، خارج سوق المنافسة على الخبر والمعلومة، كما يرى الباحث وليد حسني زهرة، «وأصبح هذا السقف وهميًّا في قضايا، مثل: المخابرات والعائلة المالكة والجيش، وهو ما لا يجرؤ عليه الإعلام في دول عربية كثيرة».[2]

ب- فوضى السقف الوهمي

بموازاة هذه الأبعاد التي حدَّدها الصحفيون المهنيون وكتَّاب الرأي وكذلك الباحثون والأكاديميون لحالة حرية الصحافة الإلكترونية خلال هذه المرحلة، وتُظهر في مجملها الدرجة المعيارية التي ميَّزت هذه الحرية من خلال «المستوى المرتفع و/ أو الجيد والسقف المفتوح» الذي أكسبها طابع الجرأة وفتح الباب واسعًا لتسكير التابوهات وتجاوز الخطوط الحمراء، فإن ثمة بُعْدًا آخر يُمَثِّل الجانب السلبي الذي أنتجه هذا السقف المفتوح لحرية الصحافة الإلكترونية. فقد كانت «الفوضى» سمة بارزة للنشاط الصحفي الإلكتروني انعكست سلبًا على حرية الصحافة الإلكترونية، وأنتجت «ممارسات غير مهنية ولا أخلاقية» كانت لها تبعات على هيكلة القطاع ومَأْسَسَتِه.

وهنا، يرصد الفاعلون المعنيون بحرية الصحافة الإلكترونية بعض مظاهر هذه الفوضى في:

– انتشار الأخبار المفبركة والشائعات بسبب الحرية المنفلتة التي ليس لها ضوابط. ويعزو البعض هذا الانفلات إلى عملية الاستقطاب بين مراكز القوى داخل أجهزة الدولة وخارجها، وكذلك الخلفية الصحفية للعاملين في الصحافة الإلكترونية الذين اشتغل معظمهم في الصحافة الأسبوعية؛ حيث اعتمد هؤلاء على الإثارة والتلاعب بالأخبار والألفاظ في تناول بعض القضايا المرتبطة بالفساد، وهو ما أعطى انطباعًا سيئًا عن الصحافة

---

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع تيسير أبوعرجة، عميد كلية الإعلام في جامعة البتراء، 25 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

(2) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع حسني زهرة، مرجع سابق.

الإلكترونية وخلق الفوضى في الحرية.[1]

– انتشار التعليقات الوهمية لإلهاب واستثارة حماس المستخدمين/ المعلقين للاشتباك.[2]

– إصدار الأحكام القاسية بدل التنوير وإطلاع الرأي العام على المعلومات والحقائق، كما تم توظيف الصحافة الإلكترونية لمحاكمة الأفراد والتجاوز على حقوق الآخرين والاغتيال الرمزي والمعنوي للشخصية.[3]

– التشويش الفكري والثقافي الذي تعرض له الجمهور بسبب إغراق المشهد الإعلامي بالصحف والمواقع الإخبارية الإلكترونية، حيث اختلط الحابل بالنابل، كما يرى الصحفي سمير الحياري، وهو ما انعكس سلبًا على جودة المنتج الإعلامي.

– بروز خطاب الكراهية من خلال التعليقات التي أخرجت أشياء مدفونة لدى الناس، بحسب رأي الأكاديمي تيسير أبوعرجة، وكان بعضها يُسيء أيضًا إلى العشيرة والعائلة والثوابت الوطنية ويثير النعرات ويتدخل في الحياة الخاصة ويخرق الخصوصية.[4] بالإضافة إلى القذف والإساءة إلى القيم الاجتماعية، كما يشير الكاتب ووزير الإعلام

(1) يبدو هذا المظهر السلبي للحرية الصحافية الإلكترونية (الأخبار المفبركة) بارزًا في حديث خالد القضاة، عضو مجلس نقابة الصحفيين، ويعتبر ذلك نتيجة طبيعية للفوضى في هذا القطاع الإعلامي والاستقطاب بين أجهزة الدولة التي كانت تدعم بعض المواقع الإلكترونية على حساب أخرى. ونجد هذا التفسير أيضًا لدى الأكاديمي باسم الطويسي؛ إذ حاولت بعض القوى السياسية ومراكز قوى في الدولة وخارجها خلال هذه المرحلة توظيف الصحافة الإلكترونية لصالحها مما أسهم في ظهور ممارسات لا أخلاقية مثل الابتزاز وخطاب الكراهية. بينما يفسر طاهر العدوان، رئيس مجلس إدارة المقر، هذه الفوضى بغياب المهنية.

(2) كانت التعليقات الوهمية، كما يرى نضال منصور الرئيس التنفيذي لمركز حماية وحرية الصحفيين، من مواطن الخلل في العمل الصحفي الإلكتروني؛ تضمنت إساءات وترويجًا لخطاب العنصرية والكراهية.

(3) يشير خالد الشقران، رئيس مركز الرأي للدراسات، إلى هذه المظاهر التي لازمت السقف المفتوح للحرية الصحافية الإلكترونية في سياق ظاهرة الابتزاز التي استفحلت في المشهد الإعلامي الإلكتروني خلال هذه المرحلة، حيث حوَّل الجسم الصحفي المواقع الإلكترونية إلى تجارة؛ فعانت أولًا من أهلها ومنتسبيها وبات هذا الجسم يشتغل في الابتزاز، ويمارس اغتيال الشخصية بحجة نشر الحقائق.

(4) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع أبوعرجة، مرجع سابق.

الأسبق، سميح المعايطة.[1]

– انتشار ظاهرة الابتزاز لاستقطاب الإعلانات عبر الضغط بكل الوسائل، كما يلاحظ نقيب الصحفيين الأردنيين، راكان السعايدة؛ إذ أصبحت المواقع الإخبارية منصات لكسب المال، حيث تُسَلِّط الضوء على مستثمر معين للاستفادة منه ماديًّا سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، ولم يعد النشر قائمًا على الحقائق والتوثيق والرأي والرأي الآخر. وهو ما شكَّل، في نظر السعايدة، ضربًا لمعايير العمل الصحفي وأخلاقياته وميثاق الشرف المهني.[2] لكن هذه الظاهرة تثير أيضًا إشكالية أخرى ترتبط بمصادر تمويل هذا القطاع والتي تتداخل فيها عوامل اتصالية ومصالح اقتصادية وسياسية، وهو ما يؤثِّر في استقلالية المواقع الإخبارية الإلكترونية ومن ثم دورها وإطارها الوظيفي وموقعها في المجال العام كراو للثقافة السياسية وأداة للخطاب، لذلك يصبح متغير التمويل محددًا أساسيًّا لطبيعة البيئة الإعلامية الإلكترونية بكل مكوناتها وعناصرها.

2.1. حالة حرية الصحافة الإلكترونية بعد التشريع (2012 - 2015)

اكتسبت الصحافة الإلكترونية زخمًا كبيرًا وحضورًا قويًّا في سياق الحراك الشعبي، مما جعل بعض التجارب الصحفية تعيش حالة انغمار وتماهٍ مع تطورات هذا الحراك ومساراته، وقد أسهم النشاط الصحفي الإلكتروني عمومًا –قبل مرحلة التشريع– في ضخِّ جرعات من الجرأة وسَّعت مساحات حرية الرأي والتعبير وأدت إلى تكسير الخطوط الحمراء والتابوهات التي لم تستطع الصحافة التقليدية والإعلام الرسمي الاقتراب منها. لكن في المقابل أنتجت الفوضى وانفلات حرية الصحافة الإلكترونية مظاهر سلبية أضرت –أولًا– بالنشاط الصحفي الإلكتروني، وثانيًا: بالمجتمع ومنظومته القيمية والثقافية، كما لاحظ معظم الفاعلين المهنيين والباحثين والأكاديميين المعنيين بهذا الحقل الإعلامي.

دفع هذا الواقع السلطة/ الحكومة إلى العمل على تنظيم الحقل الصحفي الإلكتروني وقَوْنَنَةِ نشاطه عبر مجموعة من التشريعات كان أبرزها قانون المطبوعات والنشر المُعدَّل رقم (32) لسنة

---

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع سميح المعايطة، كاتب ومحلل سياسي، 21 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

(2) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع سميح المعايطة، كاتب ومحلل سياسي، 21 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

2012 الذي استوعب الصحافة الإلكترونية لأول مرة -كما ذكرنا آنفًا- وألزمها بالتسجيل والترخيص[1]، وقانون مكافحة الإرهاب المُعدَّل رقم (18) لسنة 2014، ثم قانون الجرائم الإلكترونية رقم (27) لسنة 2015 (بنسختيه المعدَّلتين 2017 و2018). وكانت هذه القوانين أثارت انتقادات محلية ودولية[2] لتأثيرها السلبي، بحسب رأي لينا عجيلات، على حرية الرأي

---

(1) أصدر مركز حماية وحرية الصحفيين مطالعة قانونية لمشروع قانون المطبوعات والنشر، أعدَّها المدير السابق لوحدة المساعدة القانونية للإعلاميين (ميلاد)، المحامي محمد قطيشات، الذي أصبح مديرًا عامًّا لهيئة الإعلام، في 16 أكتوبر/ تشرين الأول 2016، وتؤكد المطالعة رفضها للقيود التي وضعتها الحكومة على حرية الإعلام في مشروع قانون المطبوعات والنشر المعدل، وأكدت أن "الحرص على الحريات وتطوير الحالة المهنية وتعزيز حالة التنظيم الذاتي لا يتم بترخيص وحجب المواقع الإخبارية الإلكترونية"، وطالبت بتطبيق العقوبات الواردة في قانون المطبوعات دون سواه على المواد الصحفية والتعليقات الواردة من المتصفحين والمنشورة على أي مطبوعة إلكترونية عبر حزم الإنترنت المستخدمة في الأردن. واعتبرت عدم التسجيل في سجل الشركات للمطبوعة الإلكترونية ظرفًا مشددًا للعقوبة. وأوضحت المطالعة أن تعريف المطبوعة الإلكترونية في مشروع القانون المعدل يجعلها تنصرف لكل المواقع الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت، وهذا سيجعل القانون غير قابل للتطبيق، ويلزم في الوقت ذاته وفقًا لهذا التعريف مواقع إلكترونية مثل ياهو وغوغل وفيسبوك ويوتيوب وتويتر بالترخيص في الأردن.

للتوسع راجع: "مركز حماية وحرية الصحفيين يصدر مطالعة قانونية لمشروع قانون المطبوعات المعدل تكشف عن القيود التي يفرضها"، مركز وحماية وحرية الصحفيين، 1 سبتمبر/ أيلول 2012، (تاريخ الدخول: 30 أكتوبر/ تشرين الأول 2018)، https: / /bit.ly /2OZs3Ca.

(2) كان مشروع تعديل قانون المطبوعات والنشر إضافة إلى مشروع تعديل قانون هيئة مكافحة الفساد وقانون العقوبات سببًا في تقديم طاهر العدوان، وزير شؤون الإعلام والاتصال، استقالته من حكومة معروف البخيت (1 فبراير/ شباط- 17 أكتوبر/ تشرين الأول 2011) التي أصرت -بحسب نص الاستقالة- على إدراج القوانين الثلاثة التي وصفها بالقوانين العرفية في الدورة الاستثنائية لمجلس النواب رغم أن الحكومة ناقشت التعديلات المقترحة على قانون المطبوعات والخاصة بالمواقع الإلكترونية (مرتين) في مجلس الوزراء ولم يوافق على إدراجها في الدورة الاستثنائية. واعتبر القوانين ضربة إلى نهج الإصلاح وإلى الاستراتيجية الإعلامية التي عمل على صياغة أهدافها لوضع أسس الانتقال من مرحلة عدم استقرار الحريات الإعلامية إلى مرحلة استقرار هذه الحريات على مجموعة من القوانين والممارسات المهنية والأخلاقية ومواثيق الشرف التي تقود بشكل تدريجي إلى مناخ عام تقترن فيه الحرية بالمسؤولية في النشر. لكن يبدو، في نظره، أن "قوى الشد العكسي وأنصار الفساد والمضللين لهم الصوت الأعلى والقدرة على إجهاض كل إرادة وطنية مخلصة وصادقة".

للتوسع راجع: طاهر العدوان، المواجهة بالكتابة: من ملفاتي في السياسة والصحافة، (بيروت،

والتعبير وحرية الصحافة، حيث أصبح الصحفيون يواجهون تهمًا تحت طائلة قانون منع الإرهاب[1]. وهنا، لا تختلف آراء عينة الدراسة كثيرًا في تقييمها لحالة حرية الصحافة الإلكترونية خلال المرحلة الثانية؛ حيث يكاد يُجمع معظم الصحفيين المهنيين والباحثين والأكاديميين على تراجع منسوب الحرية و»السقف المفتوح والعالي والمستوى الجيد» الذي ميَّز المرحلة الأولى[2]. وفي هذا السياق، نلاحظ تنوع اللغة التوصيفية في خطاب هؤلاء الفاعلين لتحديد سمات وأبعاد هذا التراجع، فيستخدم مدير وكالة أنباء سرايا، هاشم الخالدي، «انخفاض مستوى الحريات» بسبب القيود على النشر، خاصة التعليقات على شبكات التواصل الاجتماعي، بينما كان هدف هذه القوانين في نظر ناشر وكالة عمون، سمير الحياري، هو «الحد من السقوف وقَصْقَصَة الأقلام والآراء»، «وقد تأثَّرنا بذلك، وخشينا على أنفسنا؛ لأننا كنا أمام طريقين إما السجن أو البقاء، وآثرنا البقاء بالحد الأدنى على أن نُسجَن»[3]. ويرى الباحث وليد حسني

المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 2017)، ص 105–137.

ونشرت أيضًا منظمة هيومن رايتس ووتش تقريرًا انتقدت فيه قانون مكافحة الإرهاب الذي يهدد في نظرها الحقوق ويتوسَّع في تعريف الإرهاب ليشمل أعمالًا من قبيل "تعكير صلات (الأردن) بدولة أجنبية"، واعتبرت أن المخاوف الأمنية المشروعة لا تمنح الحكومة ضوءًا أخضر لمعاقبة الانتقاد السلمي لحكام أجانب والنظر إليه باعتباره إرهابًا، مطالبةً الأردن بتوسيع مساحة النقاش العلني بدلًا من تقليصها. انظر: "الأردن: تعديلات قانون الإرهاب تهدد الحقوق"، هيومن رايتس ووتش، 17 مايو/ أيار 2014، (تاريخ الدخول: 29 أكتوبر/ تشرين الأول 2018)، https: / /bit.ly /2zb9VKI.

(1) شكَّلت هذه القوانين في نظر البعض، مثل عبادة الزرقان، ناشر وكالة البوصلة الإخبارية، مقْصَلَةً تستهدف الصحفيين، وحددت السقف مقارنة بمستوى الحرية الذي كان سائدًا في المرحلة الأولى، كما أنهت التفاعل مع الجمهور؛ لأن قانون الجرائم الإلكترونية يجرِّم الناشر ورئيس التحرير في حال نشر أي مادة لا تناسب السقف الذي وضعته السلطة. وتربط لينا عجيلات هذ التراجع بالسياق السياسي العام في البلاد خلال العام 2012 الذي زُجَّ فيه بالنشطاء إلى السجن بتهم إطالة اللسان وتقويض نظام الحكم والعمل على تغيير الدستور، كما أُقِرَّ قانون انتخابات جديد لا يختلف عن سابقه وكان قانونًا للصوت الواحد. "ففي نهاية هذا العام شهدنا العودة عن كثير من المكتسبات"، مقابلة خاصة أجراها الباحث مع عجيلات، مرجع سابق.

(2) يشير الكاتب حلمي الأسمر إلى تراجع حرية الصحافة الإلكترونية، ويربط ذلك بالمناخ العام الذي ساد فيه القمع خاصة بعد انفجار منصات التواصل الاجتماعي؛ فأصبح لدى السلطة هاجس السيطرة على عقول الناس وازدادت القبضة الأمنية. وفي وصف مشبع بالسخرية يرى أن "سقف الحرية ليس منخفضًا فقط بل إن الكاتب يزحف أحيانًا على بطنه كالدودة حتى ينفذ من الرقيب الداخلي الذي يمثل مشكلة كبيرة"، مقابلة خاصة أجرها الباحث مع الأسمر، مرجع سابق.

(3) مقابلة خاصة أجرها الباحث مع الحياري، مرجع سابق.

زهرة أن المنظومة القانونية التي اعتمدتها الحكومة لتنظيم العمل الصحفي الإلكتروني كان لها «تأثير سلبي كبير» على سقف حرية الصحافة الإلكترونية، خاصة قانون الجرائم الإلكترونية بنسخه المُعدَّلة التي اعتبرها أكثر خطورة على النشاط الصحفي الإلكترون.[1]

ويستخدم الأكاديمي، باسم الطويسي، لغة تتشاكل مفرداتها مع خطاب الفاعلين المهنيين؛ إذ يؤكد «تراجع منسوب الحرية» لاسيما بعد أن فقدت الصحافة الإلكترونية خصوصيتها التفاعلية مع الجمهور؛ إذ كانت «الحكومة تعتبر التعليقات غير راشدة وقد تقود إلى الفتن والمشاكل والاضطرابات والإضرار بحرية الآخرين»[2]. بينما يُقِرُّ رئيس مركز الرأي للدراسات، خالد الشقران، بـ«تراجع نسبي» لحرية الصحافة الإلكترونية، مُؤَيِّدًا ضبط هذا الحقل الإعلامي خاصة أن «الممارسين المهنيين ليسوا هم مَنْ يدير المواقع الإخبارية، بل كل من هبَّ ودبَّ يعتبر نفسه صحفيًّا».[3] وخلافًا لذلك، يرى الكتاب سميح المعايطة أن المرحلة الثانية خدمت المواقع الإخبارية الإلكترونية وأصبحت مؤسسات إعلامية تكفل حقوق الصحفيين والعاملين فيها، ولها أيضًا عنوان معروف وليس مجهولًا، حيث توافرت ظروف تقاضٍ أفضل.[4]

ويعزو الأكاديمي، تيسير أبوعرجة، المشكلة التي واجهتها الصحافة الإلكترونية في هذه المرحلة إلى أدائها المهني؛ إذ لا توجد هناك نية لدى أحد لخنق حريات الناس والتضييق عليها، بل إن الأداء المهني هو الذي فرض حالة معينة وجعل أكثر من جهة تطالب برد الفعل أو على الأقل مراجعة المشهد «لذلك، حدث تغيير وأصبحنا لا نقرأ عن حالات ابتزاز بعد 2011. فعدد كبير من المواقع أصبح لديه رغبة في أن يمارس نشاطًا مهنيًّا». وفي هذه المرحلة، يلاحظ أبوعرجة «زيادة الأداء المتوازن والمنضبط، أي الحرية المسؤولة التي أصبحت عنوانًا لهذه المرحلة. وأعتقد أن وسائل الإعلام لم تخسر حريتها لكن الذي خسرته هو الرغبات الدفينة لدى البعض في الإساءة أو الابتزاز ولا يمتُّ ذلك إلى الصحافة بشيء».[5]

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع حسني زهرة، مرجع سابق.
(2) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع الطويسي، مرجع سابق.
(3) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع خالد الشقران، رئيس مركز الرأي للدراسات، 18 ديسمبر/كانون الأول 2017، الأردن.
(4) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع المعايطة، مرجع سابق.
(5) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع أبوعرجة، مرجع سابق.

لكن الصحفيين المهنيين وكتّاب الرأي والحقوقيين يتوقفون كثيرًا عند إجراءات اتخذتها الحكومة في معالجة ملف الصحافة الإلكترونية؛ يعتبرونها تراجعًا حقيقيًّا ونكوصًا عن المكتسبات التي تحققت في مجال الصحافة الإلكترونية، خاصة قرارها بحجب 291 موقعًا إلكترونيًّا، خلال يونيو/ حزيران 2013، في سياق تنفيذها لقانون المطبوعات والنشر الذي يُلْزِم هذه المواقع بالتسجيل والترخيص (الفقرة أ- المادة 49)، وهو ما رفضه ناشرو الصحف والمواقع الإخبارية الإلكترونية، فلجأت الحكومة إلى حجبها. وقد اعتبر مركز حماية وحرية الصحفيين هذه الخطوة «انتهاكًا جماعيًّا واسع النطاق ومخالفًا لمعايير حرية الإعلام وحرية الإنترنت»، وعدَّها مؤشرًا على «التراجع الشديد الذي وَسَم واقع الحريات الإعلامية في الأردن خلال العام 2013»؛ إذ «حاصرت الحكومة الإعلام وبالذات الإعلام الإلكتروني بتطبيق تعديلات قانون المطبوعات والنشر الذي أدى إلى إغلاق عدد كبير منها...وتعددت الحالات التي أُحِيل فيها إعلاميون إلى القضاء وبالأخص محكمة أمن الدولة لمحاكمتهم على أساس قانون العقوبات عن مواد إعلامية قاموا بنشرها»[1]. كما ارتفع مؤشر الرقابة الذاتية بنسبة 91.3 ٪، وهي نتيجة طبيعية لقانون المطبوعات والنشر الذي فرض، بحسب مركز حماية وحرية الصحفيين، قيودًا على الإعلام الإلكتروني والتعليقات التي ينتجها المواطنون تعقيبًا على ما يُنشر من أخبار في المواقع الإخبارية، الأمر الذي دفع الصحفيين لممارسة الرقابة الذاتية على التعليقات إضافة إلى حذرهم من الخوف الكبير عند كتابة الأخبار خوفًا من الملاحقة القانونية.[2]

في هذا السياق العام الذي يُؤَطِّر المشهد الإعلامي، صنَّفت منظمة فريدوم هاوس في تقريرها السنوي لعام 2013 الأردن في المرتبة 155 بعد ليبيا والمغرب ومصر ضمن 197 دولة واعتبرته «دولة غير حرة»[3]، كما تراجع الأردن في مؤشر حرية الصحافة في تقرير لشبكة مراسلون بلا حدود عام 2014 بمقدار سبع درجات عن العام 2013 [4]. ورصدت وكالة

(1) مركز حماية وحرية الصحفيين، "حالة الحرية الإعلامية في الأردن 2013: العتمة الإلكترونية"، (الأردن، 2013)، ص 12-13.

(2) المرجع السابق، ص 20.

(3) الأردن في المركز 155 عالميًّا بحرية الصحافة"، المدينة الإخبارية، 1 مايو/ أيار 2014، (تاريخ الدخول: 20 أكتوبر/ تشرين الأول 2018)، https: / /bit.ly /2CPhrOK.

(4) "الأردن يتراجع سبع درجات على مؤشر حرية الصحافة"، إرم، 13 فبراير/ شباط 2014، (تاريخ الدخول: 30 أكتوبر/ تشرين الأول 2018)، https: / /bit.ly /2zjMpuX.

سرايا الإخبارية واقع الحريات الإعلامية في نهاية المرحلة الثانية خلال العام 2015 ضمن تقرير يحمل عنوانًا دالًّا على مسارها «مراقبون: 2015 عام سيء للحريات الإعلامية».[1]

3.1. حالة حرية الصحافة الإلكترونية (2016 -)

في هذه المرحلة ترسخت أُطُر مَأْسَسَة قطاع الصحافة الإلكترونية بعد أن «أدركت الدولة، بحسب رئيس تحرير صحيفة المقر الإلكترونية، سلامة الدرعاوي، أن التشعب الكبير في المواقع الإخبارية الإلكترونية يلحق ضررًا كبيرًا برسالة الإعلام ومهنيته وهيكليته، ويُسَبِّب أيضًا أذى للدولة؛ لذلك بدأت عملية ضبط هذه المواقع»[2]، وقد أسهمت جهود مأسسة هذا القطاع الذي تحوَّل إلى صناعة إعلامية في «إنتاج نموذج مهني -كما يرى الأكاديمي باسم الطويسي- تجسده مواقع إخبارية نشأت في السنوات القليلة الماضية تحاول أن تقدم صورة جديدة مهنية مثل صحيفة المقر وعمان نت والغد..ضمن 170 موقعًا مسجلًا رسميًّا، وهي مرحلة في بدايتها تسعى لبناء نموذج اقتصادي ناجح، وفي حال لم يؤسَّس هذا النموذج فستبقى الصحافة الإلكترونية عرضة للاختطاف والخضوع لأجندة من يمولها».[3]

أنتج هذا السياق المُؤَسَّسي أيضًا ما يسميه الأكاديمي تيسير أبوعرجة بـ»الحرية المسؤولة» التي شكَّلت الحلَّ الذي يراه المجتمع طريقة للحفاظ على الثوابت في ظل الظروف التي يعيشها الأردن، والتحولات والعواصف التي عرفتها المنطقة العربية.[4] لكن هذا لا يعني في نظر بعض الفاعلين المهنيين بيئة إعلامية صديقة للحريات تخلو من الأدوات الكابحة والقيود التي تعيق نشاط الصحفيين وحرية الرأي والتعبير عمومًا، «فقد ازدادت القضايا التي تُرْفَع ضد الأشخاص في قضايا النشر خلال عامي 2016 و2017، بحسب رأي المحررة التنفيذية

(1) أشار التقرير إلى أن عام 2015 كان عامًا سيئًا لحرية الصحافة في الأردن، مستشهدًا بتوقيف عدد من الصحفيين والكتَّاب ومدونين على صفحات التواصل الاجتماعي، واعتبر أن قانون الجرائم الإلكترونية وحده بات سيفًا مسلطًا على أقلام الصحفيين وحرياتهم، حيث طالت الاعتقالات عددًا منهم. للتوسع، انظر: "مراقبون: 2015 عام سيء للحريات الإعلامية"، وكالة سرايا، 13 ديسمبر/ كانون الأول 2015، (تاريخ الدخول: 29 أكتوبر/ تشرين الأول 2018)، https: / /bit.ly /2Q0sokw.

(2) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع سلامة الدرعاوي، رئيس تحرير صحيفة المقر الإلكترونية، 20 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

(3) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع الطويسي، مرجع سابق.

(4) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع أبوعرجة، مرجع سابق.

لمجلة حبر، لينا عجيلات، وملاحقة الناس بسبب كتاباتهم وتدويناتهم على فيسبوك، وهو أحد ملامح هذه المرحلة»، الأمر الذي تشيره إليه أيضًا نسخ القانون المعدل للجرائم الإلكترونية الذي يغلِّظ العقوبة الحبسية والغرامات في بعض القضايا الإشكالية مثل «خطاب الكراهية»[1]، خاصة بعد أن اتجهت المواقع الإخبارية الإلكترونية لإسناد تغطيتها الإعلامية بدعامات شبكات الإعلام الاجتماعي الذي تحوَّل إلى وسائل إعلام خاصة بالمستخدمين؛ حيث لا مجال فيه للرقابة أو فَلْتَرَة مشاركاتهم كما هو شأن التعليقات في الصحافة الإلكترونية.

2. الإطار التشريعي والتنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية

ظلت الصحافة الإلكترونية الأردنية والفاعلون المهنيون يمارسون نشاطهم الإعلامي خارج التشريع حوالي سبعة أعوام دون أن يكون هناك إطار قانوني لتنظيم مجال عملهم، كما رأينا آنفًا، حتى منتصف عام 2012 عندما صدر قانون المطبوعات والنشر المُعدَّل رقم (32)، ثم تناسلت القوانين التي سعت إلى «ضبط» الممارسة الصحفية الإلكترونية.

1.2. تعدد المنظومة القانونية

يستند الإطار القانوني الذي ينظِّم العمل الصحفي الإلكتروني إلى قوانين متعددة مجالًا ومنظورًا؛ يتجاوز عددها، بحسب رأي بعض المهنيين والباحثين، عشرين قانونًا[2]، وهو ما يثير أسئلة كثيرة بشأن هدف هذا التعدد والتشعب في المراجع القانونية، الذي يعتبره كثيرون فوضى تشريعية[3] وظاهرة غير صحية تؤثر سلبًا على النشاط الإعلامي وحرية الصحافة

---

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع عجيلات، مرجع سابق.

(2) يشير داوود كتاب، مدير شبكة الإعلام المجتمعي ومؤسس موقع عَمَّان نت وراديو البلد، إلى أن هناك عشرين قانونًا ينظم نشاط الصحافة الإلكترونية، ضمنهما قانونان يمثِّلان مشكلة اليوم وهما قانون العقوبات الذي يسمح بالاعتقال، وقانون الجرائم الإلكترونية الذي يسمح بتوقيف الصحفي من خلال المادة (11). ويذكر الباحث وليد حسني زهرة أن ثمة حولي 25 قانونًا (قانون المطبوعات والنشر، قانون الجرائم الإلكترونية، قانون منع الإرهاب، قانون محكمة أمن الدولة، قانون الفساد، قانون حماية وثائق وأسرار الدولة، قانون استقلال القضاء...).

(3) نجد هذه اللغة التوصيفية التي تعتبر تعدد الإطار القانوني المنظِّم للصحافة الإلكترونية "فوضى تشريعية" عند خالد القضاة عضو مجلس النقابة، وكذلك في حديث ربى كراسنة، رئيسة تحرير موقع وكالة البوصلة الإخبارية، والباحث وليد حسني زهرة، وغيرهم كثير. ومن جانبه، يرى الدكتور باسم الطويسي أن تعدد المراجع القانونية أو ما يسميه بـ"المظلات القانونية" في العمل الإعلامي التي

الإلكترونية، كما تشير رئيسة تحرير موقع وكالة البوصلة الإخبارية، ربى كراسنة؛ إذ يُشَتِّت تعدُّدُ القوانين انتباهَ الصحفيين ويخلق لديهم توجسًّا دائماً إزاء القانون الذي سيكونون تحت طائلته إذا ما تعرضوا للمساءلة.[1] وهو ما يعتبره أيضًا نقيب الصحفيين، راكان السعايدة، «أمرًا خاطئًا أن يُحاكم الصحفي أو المؤسسة الإعلامية، تارة بقانون العقوبات وتارة أخرى بقانون المطبوعات والنشر ومرة بقانون الجرائم الإلكترونية ثم قانون الاتصالات وقانون منع الإرهاب وقانون أمن الدولة. وهذا طبعًا يعيق الحريات، فلا يستطيع الصحفي أن يعرف مرجعيته أو يعبِّر عن نفسه. فنحن ندعو دائماً إلى تنظيم هذا القطاع في قانون واحد وشامل يُشكِّل مرجعية التقاضي بغض النظر عن القوانين الأخرى».[2]

ويهدف هذا التعدد في المرجعيات القانونية، في نظر مدير عام أنباء وكالة سرايا، هاشم الخالدي، إلى «اصطياد الصحفيين ومعاقبتهم من خلال تكييف الحالة وفقًا لقانون الجرائم الإلكترونية أو قانون منع الإرهاب بدل قانون المطبوعات والنشر».[3] كما أن تعدد القوانين يؤدي، في نظر النائب البرلماني عن كتلة التحالف الوطني للإصلاح، صالح العرموطي، إلى النزاع في تطبيق القانون، وتشتيت العقوبة الواحدة في أكثر من قانون، وهو خلل تتحمل مسؤوليته الحكومة والمجالس النيابية المتعاقبة، ويعزو ذلك إلى ضعف الخبرة والهاجس الأمني في معالجة هذه القضايا، «والأصل أن يكون هناك قانون واحد».[4]

وقد لا يكون الهاجس الذي يحكم وضع هذه القوانين محليًّا وإنما يأخذ بعين الاعتبار مصالح الدولة في جوارها الإقليمي، وهو ما يلاحظه رئيس مجلس إدارة صحيفة المقر، طاهر العدوان؛ إذ إن تعدد القوانين لا يستهدف القضايا الصغيرة التي يكون فيها قدح وذم، بل يستهدف القوى الأكبر؛ «لذلك زُجَّ في السنوات الأخيرة ببعض السياسيين في السجن بعدما نشروا مقالات في فيسبوك؛ وهذا يرتبط بالسياق العربي العام الذي يحيط بالأردن وعلاقته

شهدها الأردن على مدى عشرين عامًا الماضية تمثل "فوضى تشريعية" تسمح للسلطة أو للحكومات بتقييد الحريات والسيطرة على المشهد الإعلامي متى ما شاءت ومن أكثر من منظور وزاوية.

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع ربى كراسنة، رئيسة تحرير موقع وكالة البوصلة الإخبارية، 20 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

(2) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع السعايدة، مرجع سابق

(3) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع الخالدي، مرجع سابق.

(4) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع صالح العرموطي، برلماني عن كتلة التحالف الوطني للإصلاح، 25 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

ببعض الدول، إذ لا تتحمل الدولة أن يُقْدِم أي أردني على مهاجمة دولة أخرى، وهو ما يؤثر على حاجتها للمساعدات والأسواق. كما أن مسيرة الإصلاح التي توقفت دفعت إلى كبت الأفكار، لكن للأمانة لا يزال سقف الحرية في الأردن، سواء في مواقع التواصل الاجتماعي أو الصحافة الإلكترونية، أكبر من أي بلد آخر»[1]. بينما يُفسِّر الكاتب، حلمي الأسمر، تعدد الإطار القانوني بـ«حرص السلطة على محاصرة الحالة الإعلامية الإلكترونية والسيطرة على المشهد الإعلامي، وهو جزء من لعبة المطارِد الذي يضع القانون والمطارَد الذي يحتال عليه، ثم تنتبه السلطة فتستدرك على القانون، وهي لعبة مستمرة لا تنتهي»[2]؛ مما يجعل القانون سواء في بعده المحلي أو الإقليمي معيقًا، في نظر البعض، لتشكيل بيئة صديقة للحريات تؤثر في تطورها.

ويُقدِّم الأكاديمي، تيسير أبوعرجة، أطروحة تفسيرية لتعدد القوانين التي يضعها في سياقها المحلي وتطور المستحدثات التكنولوجية التي تحتم وجود تنظيم قانوني جديد يستوعب الحالة الإعلامية الجديدة؛ فـ«الذي يفرض التغيير في الحقيقة ليس هو المُشرِّع، بل الظروف السياسية والأحداث التي تمر بها المنطقة، وتطورات المشهد الإعلامي والاتصالي. فقد ظهرت الصحافة الإلكترونية ولم يكن هناك تشريع ثم فوجئنا بمواقع التواصل الاجتماعي. فالدولة كانت مضطرة لسن تشريعات جديدة لمواكبة تطورات الحالة الإعلامية الناشئة».[3] ويرى الأكاديمي والبرلماني عن كتلة العدالة، مصطفى الخصاونة، أن تعديل القوانين يحصل في كل النظم التشريعية؛ لأن الصحافة الإلكترونية صحافة حديثة إذا ما قورنت بالوسائل التقليدية وبالتالي لم يكن هناك تنظيم فأوجد المشرِّع تنظيمًا، لكن خلال التطبيق العملي ظهر أن القانون غير كاف فاضطر للتدخل في أكثر من مرحلة كي يجري تعديلًا أو تغييرًا على القانون أو المواد التشريعية لتنظيم هذا القطاع بالشكل الذي يخدم المصلحة العليا أو المصلحة العامة.[4]

بالمقابل، تحدد الجهات الرسمية المسؤولة عن تنظيم وتنمية قطاع الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع قانونين لا ثالث لهما لتنظيم الحقل الإعلامي، بحسب رئيس هيئة الإعلام، محمد

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع طاهر العدوان، رئيس مجلس إدارة صحيفة المقر، 20 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

(2) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع حلمي الأسمر، كاتب صحفي، 21 ديسمبر/ كانون الأول 2017.

(3) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع أبوعرجة، مرجع سابق.

(4) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع مصطفى الخصاونة، برلماني عن كتلة العدالة، 25 ديسمبر/ كانون الأول 2017.

قطيشات، فهناك قانون الإعلام المرئي والمسموع الذي ينظِّم عمل الإذاعات والتليفزيونات، وقانون المطبوعات والنشر وهو ينظم عمل الصحف الورقية والمطبوعات الإلكترونية، «أما ما يشير إليه البعض بشأن وجود عشرين قانونًا أو أكثر لتنظيم العمل الإعلامي فهذا الأمر غير صحيح». ويرى قطيشات أن «وضع سياسة جنائية واحدة في قانون واحد لا يمكن فقهيًّا وعلميًّا وتشريعيًّا بسبب تعدد النتائج والأضرار التي تحدث عن تعدد الأفعال..»، وحجته في ذلك: «عندما تريد أن تُنَظِّم ما يدور داخل المحكمة فتحتاج أن تضع قانونًا اسمه قانون انتهاك حرمة المحاكم.. إضافة إلى ذلك ففي القواعد العامة لأي قانون في العالم هناك تعدد معنوي وتعدد مادي، ويقصد بالأول تعدد الأفعال، أما التعدد المعنوي فإن الفعل الواحد ينطبق عليه أكثر من نص جرمي وهذا معروف في كل الدنيا».[1]

ويعني ذلك إقرارًا بتعدد المراجع القانونية التي تنظم العمل الإعلامي؛ الأمر الذي يعتبره الفاعلون المهنيون والحقوقيون مشكلة حقيقية تؤثر في الحالة الإعلامية الراهنة، لذلك يطالب هؤلاء بقانون شامل وإطار مرجعي واحد لتنظيم القطاع. ويرجع سبب هذه المشكلة، بحسب سلامة الدرعاوي، رئيس تحرير صحيفة المقر، إلى عدم فهم الدولة لطبيعة الإعلام الإلكتروني، وعدم قدرتها على توحيد موقفها الذي تتجاذبه جهات مختلفة بشأن تنظيم هذا القطاع، خاصة أن القوانين التي يتم فرضها تنزع إلى تقييد العمل الصحفي الإلكتروني وليس رفع مهنيته.[2]

2.2. فلسفة المنظومة القانونية

تهدف كل منظومة قانونية إلى تحديد أنماط نموذجية للسلوك القانوني في سياق بيئته السياسية والاجتماعية والثقافية والأخلاقية والاقتصادية، وأيضًا القوة الملزمة له التي تستند إلى الإجراءات الجزائية والمدنية من خلال الضبط أو التقييد أو المنع. وهنا، يلاحظ معظم الفاعلين المهنيين والباحثين والأكاديميين المعنيين بحقل الصحافة الإلكترونية الأردنية أن المشرع كان مسكونًا بهواجس القيود التي يعكسها المنظور الأمني في تنظيم النشاط الصحفي الإلكتروني، مما جعل المنظومة القانونية لا تتواءم مع روح الدستور ولا تستلهم مبادئه، بحسب رأي هؤلاء الفاعلين المهنيين والباحثين وحتى بعض المشرعين مثل النائب عن كتلة

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع محمد قطيشان، رئيس هيئة الإعلام، 20 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

(2) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع الدرعاوي، مرجع سابق.

التحالف الوطني للإصلاح، صالح العرموطي، الذي يرى أن «قانون المطبوعات والنشر وقانون الجرائم الإلكترونية يتعارضان مع الدستور (المادة 128، الفقرة 1)[1] ويُشكِّلان حَجْرًا على العقل والفكر».

ومن القيود التي تُؤَطِّر فلسفة هذه القوانين المنظمة للصحافة الإلكترونية:

أ- القيود السياسية: تبرز هذه القيود من خلال هلامية متن بعض المواد القانونية، خاصة قانون الجرائم الإلكترونية الذي يُقدِّم تعريفًا فضفاضًا لخطاب الكراهية باعتباره «كل قول أو فعل من شأنه إثارة الفتنة أو النعرات الدينية أو الطائفية أو العرقية أو الإقليمية أو التمييز بين الأفراد أو الجماعات» (المادة 2). وهنا، يبدو تأثير السياق أو المحيط الإقليمي في تحديد مفهوم/ مضمون خطاب الكراهية في محاولة لحفظ مصالح الأردن وعلاقاته الخارجية. لذلك يرى نقيب الصحفيين، راكان السعايدة، أن «المشكلة لها بعد سياسي»، متسائلًا: «ما الأسس التي تحدد خطاب الكراهية؟ ليس هناك أي أسس، وهو ما يستدعي وضع ضوابط لا تتجاوزها السلطة التقديرية؛ أما أن تكون هذه السلطة مطلقة فهذا يمثِّل مشكلة تؤثر سلبًا على حرية الصحافة الإلكترونية؛ لأن أي نص يمكن أن يُكَيَّف، وأي مادة صحفية يمكن أن تجد بشأنها مدخلًا لنص قانوني».[2] ولا يخلو أيضًا قانون العقوبات مما يعتبره الصحفيون تقييدًا على حريتهم الصحافية، مثل الجرأة بإطالة اللسان على الملك (المادة 195، الفقرة أ)[3] كما يشير رئيس تحرير موقع خبرني، محمد الحوامدة، أو الإساءة لدول الجوار أو تسهيل ودعم أي جماعة أو تنظيم يقوم بأعمال إرهابية في (المادة 3، الفقرة 5) التي قد تصنف بموجبها أية مادة صحفية باعتبارها ترويجًا للإرهاب.

---

(1) تنص المادة 128، في فقرتها الأولى، من الدستور: "لا يجوز أن تؤثِّر القوانين التي تصدر بموجب هذا الدستور لتنظيم الحقوق والحريات على جوهر هذه الحقوق أو تمس أساسياتها". انظر: الدستور الأردني، ط 6 (مطبوعات مجلس النواب، 2016)، ص 66.

(2) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع السعايدة، مرجع سابق.

(3) جاء في المادة 195 من قانون العقوبات الأردني: "يعاقب بالحبس من سنة إلى ثلاث سنوات كل من: أ) ثبتت جرأته بإطالة اللسان على جلالة الملك. ب) أرسل رسالة خطية أو شفوية أو إلكترونية أو أي صورة أو أي رسم هزلي إلى جلالة الملك أو قام بوضع تلك الرسالة أو الصورة أو الرسم بشكل يؤدي إلى المس بكرامة جلالته أو يفيد بذلك. وتطبق العقوبة ذاتها إذا حمل غيره على القيام بأي من تلك الأفعال"، انظر: تيسير الزعبي، قانون العقوبات الأردني وتعديلاته لغاية عام 2012، (موسوعة الأردن القانونية، عمان)، ص 101.

ب- القيود الجزائية: تتجسد هذه القيود في العقوبات الحبسية؛ حيث زُجَّ بالصحفيين في السجن وفقًا لقانون الجرائم الإلكترونية وقانون منع الإرهاب في قضايا النشر، كما يوضح مدير عام وكالة أنباء سرايا، هاشم الخالدي، «ولم يعد الصحفي يعرف الخبر الذي يتجاوز القانون مما لا يتجاوزه؟»[1]، فـ«أنت تحتاج، يقول رئيس تحرير صحيفة المقر الإلكترونية، سلامة الدرعاوي، إلى فحص التحليل والتعليقات، وامتد الأمر إلى صفحات التواصل الاجتماعي التي يجب أن تراقبها 24 ساعة، وهو ما يستنزف تجربتك في أشياء غير منتجة.. وقد أثَّر ذلك على الحرية الصحافية التي بدأ سقفها يتراجع؛ لأنك تبتعد عن القضايا التي تثير لك المشاكل. إذًا، فالتُّهْمَة جاهزة في القانون ويمكن في أي قصة أن توجه إليك، وهذا يحول دون أن تقوم الصحافة بدورها الحقيقي في كشف الحقائق ومتابعة القضايا اليومية ونقل العمل العام وآراء المواطنين بشكل جيد»[2]. ولعل أشد هذه القيود الجزائية، في نظر ناشر موقع عمون، سمير الحياري، هو حجب الموقع الإخباري الإلكتروني الذي يعتبره أمرًا صعبًا وكارثة كبرى بالنسبة للمؤسسة الصحفية والعاملين فيها.[3]

ج- القيود الأمنية: تتحكم الرؤية الأمنية في فلسفة القوانين خوفًا من الحرية، كما يشير الباحث وليد حسني زهرة[4]، وهي تتناقض مع روح الدستور. وتُستخدم هذه القوانين، بحسب رأي الباحث هاني الحوراني، للحفاظ على الوضع الراهن وترسيخه وحمايته.[5]

د- القيود المهنية: تتمثل أساسًا في صعوبة حصول الصحفيين على المعلومات من المؤسسات والجهات الرسمية رغم وجود قانون بهذا الشأن (قانون ضمان حق الحصول على المعلومات لسنة 2007)، وإذا تم الوصول إليها يكون أوانها قد فات وسياقها غير مناسب، إضافة إلى الرقابة الذاتية التي تجعل الصحفيين لا ينشرون المعلومات والحقائق التي يحصلون عليها من مصادرهم الخاصة، كما يرى سمير الحياري، وذلك بسبب القوانين والضغوط التي تمارس على الإعلاميين.[6]

---

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع الخالدي، مرجع سابق.
(2) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع الدرعاوي، مرجع سابق.
(3) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع الحياري، مرجع سابق.
(4) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع حسني زهرة، مرجع سابق.
(5) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع الحوراني، مرجع سابق.
(6) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع الحياري، مرجع سابق.

5- القوانين غير المكتوبة (أو القوانين غير الرسمية): تجسدها تدخلات الأجهزة الأمنية والمخابرات في نشاط الصحفيين، مثلما ذكر البعض، عبر المكالمات الهاتفية التي تهدف إلى الضغط والتَّحكُّم فيما يُنشَر وما لا ينشر، وقد تتمثَّل أحيانًا في تعطيل بعض الأعمال الإدارية التي لا علاقة لها بالإعلام، مثل الحصول على تصريح أو جواز سفر...إلخ.

ولئن كانت هذه القيود جزءًا من واقع حالة حرية الصحافة الإلكترونية في بعض مراحلها السابقة، ومؤشرًا لبيئة غير صديقة للحريات، فإنها لا تبدو واقعية في نظر مدير عام هيئة الإعلام، محمد قطيشات؛ لأن «روح القانون مُسْتَلْهَمَة -**أولًا**- من الأسباب الموجبة له وهي تجريم الأفعال المخالفة للقانون التي تُشكِّل انتهاكًا لحقوق السمعة والشرف والكرامة للمواطنين فيما يتعلق بالمادة 11 [قانون الجرائم الإلكترونية] بشأن القدح والذم. فالقانون عندما يُجرِّم فعلًا بالباطن يحمي مصلحة ويحمي حقًّا، وبالتالي يريد أن يحقق التوازن بين المصالح. **ثانيًا**: حتى الآن هناك 168 موقعًا إخباريًّا إلكترونيًّا، وتنشر هذه المواقع مواد صحفية ناقدة بأعلى سقف ممكن يصل في بعض الأحيان إلى الإساءة والشتم وهي تقع ضمن النقد، لماذا؟ ليس من باب التسامح ولكن من باب إحقاق الحق؛ لأن القضاء أعطى الإعلامي حق النقد ولو بعبارات قاسية. إذًا، فما يراه الصحفيون تقييدًا هو عبارة عن ضوابط وضعها العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية في المادة 19 قبل الدستور الأردني..فهناك حقوق الدولة والنظام العام والآداب وبعد ذلك حقوق المواطنين وسمعتهم وعدم الدعوة إلى الكراهية والعنصرية والحرب والعنف..وهذه الضوابط لا تشكِّل خطرًا على حرية الصحافة؛ لأن المجتمع الدولي اعتبرها غير خطيرة على حرية الرأي والتعبير عندما صاغ الاتفاقية الدولية الخاصة بالحقوق المدنية والسياسية، وبالتالي هناك إجماع دولي على حماية حق السمعة للمواطنين وحماية الأمن القومي».[1]

هذا الرأي الذي ينفي نزعة التقييد عن الإطار القانوني لتنظيم الصحافة الإلكترونية نجده لدى البرلماني والأكاديمي مصطفى الخصاونة، الذي أكد **أولًا** أن الدستور ضمن حرية التعبير عن الرأي ولم يتحدث عن الاعتراف بها؛ لأنها حق من الحقوق التي لا تحتمل الحوار والجدال، لكنها حق تقف ممارسته عند حقوق الآخرين. فلابد أن تكون هناك ضوابط ولا أقول قيود أو موانع. فالمانع بالمطلق والقيد يحد من الحرية والضابط يرسم الإطار والحدود. **ثانيًا**: «نعتمد في الأردن المعايير الدولية المثلى. والمعايير الدولية الحقيقية في كل الحريات والحقوق تتحدث

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع قطيشات، مرجع سابق.

عن الضوابط فيما يتعلق بحرمة الأسرة والمصلحة العليا للمجتمع والأمن الوطني وحرمة الأشخاص».[1]

3. السياق السياسي لبيئة العمل الصحفي الإلكتروني

في علاقة الاعتماد بين الإعلام والسياسة تعكس وسائل الإعلام تفاعلات محيطها السياسي وتُشكِّل مرآة لصراعات وتجاذبات هذا المحيط، وبدون هذه الوسائل لا يستطيع أفراد المجتمع خارج الحلقة السياسية الاطلاع على مجريات الأحداث والوقائع. لذلك، فإن البيئة السياسية تحكم طبيعة وعمل ووظائف وسائل الإعلام، خاصة الوظيفة السياسية، من خلال مجموعة التشريعات القانونية التي تنظم نشاطها.[2] ومن ثم تعكس أيضًا هذه العلاقة التبادلية بين البيئة السياسية والتشريعات القانونية طبيعة النظام السياسي، والدوائر المتشابكة التي تتعلق بعملية صنع القرارات، ووسائل ممارسة السلطة وأهدافها وطبيعتها ومركز الفرد واختصاصاته داخلها، وأشكال توزيع القوة وعناصرها المختلفة التي تسيطر على الجماعة وكيفية تفاعلها مع بعضها، والقيم الأساسية للمجتمع ونسقه الثقافي والأهداف والمثل العليا التي تميزه.

وفي هذا السياق، ترى المحررة التنفيذية لمجلة حِبْر، لينا عجيلات، أن الحالة الإعلامية في الأردن والحريات الإعلامية لا يمكن فصلها عن طبيعة النظام السياسي، «لذلك، فالقيود التي تُؤَطِّر المنظومة القانونية لتنظيم الصحافة الإلكترونية تعكس بنية نظام سياسي يستخدم أدوات الديمقراطية الشكلية غير الحقيقية المفرغة من مضمونها ومعناها؛ وتفردًا في الحكم»[3]. ويُقِرُّ نقيب الصحفيين الأردنيين، راكان السعايدة، أن البيئة القانونية وبيئة الإعلام تمثِّل أيضًا انعكاسًا لإرادة سياسية وجدت نفسها غير قادرة على تحمل هذا الواقع؛ لذلك تريد تقييده وإعادة ضبطه «ونعتقد أن معالجة الاختلالات لا يكون بفرض مزيد من القوانين ولا بتقييد حالة الحريات، وإنما بالحوار وإعطاء النقابة الدور الذي يُمكِّنها من معالجة هذه الاختلالات. إذًا، يجب أن تفكر الدولة بشكل مختلف فلا يمكن أن تفرض أجندتك على الإعلام، وهنا، نحتاج إلى الشفافية التامة وضمان التدفق السريع للمعلومات ومراجعة شاملة لحالة الإعلام الرسمي والخاص وكذلك أن تراجع المؤسسة سياستها الإعلامية وهو ما يساعد

---

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع الخصاونة، مرجع سابق.

(2) جبار علاوي، الاتصال السياسي، (الأردن، دار أمجد، 2015)، ص 132.

(3) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع عجيلات، مرجع سابق.

على بناء حالة الإعلام بشكل أكثر جدوى ومهنية...».[1]

هذا الربط بين الحالة الإعلامية والحالة السياسية نجده أيضًا في خطاب عضو مجلس النقابة، خالد القضاة، الذي لا يفصل التضييق على الحريات الإعلامية عن التضييق الذي يمارس على باقي مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات النقابية والهيئات الحزبية، ويفسر هذه الحالة العامة المركبة بـ»الفجوة الكبيرة بين الأطروحات العامة والتطبيق على مستوى سياسات الحكومة. فالملك يتحدث عن الحريات التي تبلغ عنان السماء لكن على الأرض شيء آخر.. نحن نقول: إن الدستور والقوانين مثلها مثل قلب الإنسان لا يجوز كلما طرأ شيء جديد أن نقوم بعمليات جراحية؛ لأنها ستضر بالبيئة التشريعية كما أن التعديلات جاءت مشوهة لحماية مجموعة من المتنفذين وتحصينهم ضد النقد».[2]

ويتبنى هذه الأطروحة أيضًا بعض المشرعين، مثل النائب عن كتلة التحالف الوطني للإصلاح، صالح العرموطي، الذي يرى أن الحالة الإعلامية جزء من الحالة السياسية، «وأن التضييق لا يقتصر على حرية الإعلام والصحافة وإنما يشمل كل القطاعات ومؤسسات المجتمع المدني بما فيها الأحزاب والنقابات المهنية، وهذا ينعكس سلبًا على الجانب الاقتصادي والتشريعي والاجتماعي والأمني..». ويؤدي، في نظره، إلى «العبث بالدولة وإضعاف مؤسساتها والتضييق على الحريات وتصبح هناك هوة بين مؤسسة الحكم والشعب».[3]

إذًا، تبدو العلاقة التبادلية بين الحالة الإعلامية والنظام السياسي مستحكمة في السياق الأردني، لذلك يعتبر بعض الباحثين الإعلام مسبارًا لقياس الحريات ودرجة حرارة الديمقراطية، وطبيعة النظام السياسي و»رؤيته الفلسفية» للحريات، وهنا، نفهم رأي الرئيس التنفيذي لمركز حماية وحرية الصحفيين، نضال منصور، الذي يربط بدوره الحالة الإعلامية بطبيعة النظام السياسي، مصنفًا الأردن ضمن دول الهامش الديمقراطي، «لكنه في الوقت نفسه ليس دولة مستبدة ولا دولة ديكتاتورية، كما لا توجد انتهاكات جسيمة مثل القتل والاختفاء القسري للصحفيين، ويستطيع الأردن أن يسجل تقدمًا غير مسبوق في ملف الحريات بجهد بسيط من خلال تعديل البيئة التشريعية واتباع سياسات وممارسات منضبطة تتواءم مع التوجهات التي يتحدث عنها الملك». ويرى أن الخلل في هذا الوضع يتمثَّل في عدم إنفاذ

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع السعايدة، مرجع سابق.

(2) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع القضاة، مرجع سابق.

(3) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع العرموطي، مرجع سابق.

السلطة التنفيذية لرؤية الملك؛ «فالمجتمعات التي توجد فيها حرية التعبير وحرية الإعلام تستطيع مقاومة البيئات الطاردة للحريات بمعنى أن النظام السياسي يقوى بحرية التعبير وحرية الأحزاب وحرية العمل النقابي وحرية الإعلام وليس عكس ذلك».[1]

وتكشف الحالة الإعلامية، في نظر رئيس مجلس إدارة صحيفة المقر، طاهر العدوان، وجود خط في قوى الدولة كان الملك سماه بـ«الشد العكسي» خلال أيام الربيع العربي، وهذه القوى تستفيد من الحالة الفوضوية في الإعلام، ولا ترغب في نظام سياسي يخلق رأيًا عامًّا. لذلك، فإن الهدف من تلك القوانين هو الحيلولة دون خلق صحافة إلكترونية. وعندما يتحدث العدوان عن الخلل الذي أنتج هذا الواقع، يُشَخِّصُه في «غياب إصلاح سياسي حقيقي يؤدي إلى المسؤولية أي المحاسبة والمراقبة وتحديد المسؤوليات. فإذا كان النظام السياسي لا يسمح بآليات دستورية للمراقبة وأحزاب وقوى معارضة وقوى في الحكم ستبقى الأمور ضائعة. وهذه معضلة العالم العربي كله. إذا لم تخلق آليات للمراقبة يبقى دور الإعلام مجرد كلام لا تأثير له وتسود النظرية الذهبية: «قولوا ما شئتم ونحن نفعل ما نشاء».[2]

ولا تبدو هذه المعادلة بين المنظومة القانونية لتنظيم الصحافة الإلكترونية والنظام السياسي، الذي يعتبره البعض مغلقًا، واقعيةً أو تجد ما يبررها في السياق السياسي العام بالنسبة لعدد من الصحفيين والباحثين، فالنظام السياسي ليس مغلقًا في نظر رئيس تحرير موقع خبرني، محمد الحوامدة، بل «إن الخلل في الأجواء التي تدفع السلطات للتعامل مع المحتوى الصحفي بنص القانون وليس روح هذا القانون، «فعندما يكون النقد مباحًا ضد الحكومة وكل السلطات باستثناء الجيش وقرارات القضاء والملك لا أرى في ذلك قيودًا على حرية الصحافة الإلكترونية»[3]. ويرى رئيس مركز الرأي للدراسات، خالد الشقران، أن النظام السياسي منفتح في السياسة العامة وحتى الحريات العامة، «فلسنا دولة بوليسية في النهاية، لدينا في الأردن ميزة إيجابية؛ حيث إن البلد لا تُحكَم بالقوانين فقط، وإنما هناك علاقة بين الناس والملك، وهذه العلاقة لا تكسر القوانين.. فضلًا عن ذلك ليس لدينا تصفية ولا

---

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع نضال منصور، الرئيس التنفيذي لمركز حماية وحرية الصحفيين، 20 ديسمبر/ كانون الأول 2017، الأردن.

(2) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع العدوان، مرجع سابق.

(3) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع الحوامدة، مرجع سابق.

احتجاز ولا اختطاف».[1]

ويرافع رئيس هيئة الإعلام، محمد قطيشات، لدحض حالة التضييق التي يتحدث عنها البعض، بواقع الممارسة الإعلامية الإلكترونية التي لا تعكس في نظره نظامًا سياسيًّا مغلقًا، «إذا كنا نتحدث عن الدور الفكري والتوعوي فهناك سقف عال لحق النقد ولابد أن نشكر الإعلام. وإذا كنا نتحدث عن البعد السياسي فلابد أن نشكر الإعلام الإلكتروني الذي ساهم في تجاوز الأردن للأزمات. وإذا كنا نتحدث عن مكافحة الفساد فلا بد أن نشكر الإعلام الإلكتروني. لا أدري لماذا يتحدث البعض عن التضييق على الإعلام الإلكتروني بالعكس نحن نطلب من هذا الإعلام أن يشتغل أكثر. لدينا إيمان عميق في هيئة الإعلام بأن صوت العقل ممثلًا في الإعلام المحترف -والإعلام الإلكتروني جزء منه- هو الذي يجب أن يغلب على تفاعل الناس».[2]

(1) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع الشقران، مرجع سابق.

(2) مقابلة خاصة أجراها الباحث مع قطيشات، مرجع سابق.

خاتمة

تكشف الرؤى المختلفة للفاعلين المهنيين والمعنيين بحقل الإعلام الطابعَ الإشكاليَّ لحرية الصحافة الإلكترونية في الأردن بالنظر إلى العلاقة التبادلية بين متغيرات بيئتها المهنية والقانونية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية. فقد أبرزت المراحل الثلاث التي تشكَّلت فيها حالة حرية الصحافة الإلكترونية مدى تأثير البيئة الإعلامية والاتصالية الجديدة، وخصوصية الوسيلة نفسها (الويب 2.0)، في صَوْغ المفهوم ودلالاته وأبعاده الجديدة التي ارتبطت بـ"سقف مفتوح" ("سقف عال"، و"مستوى جيد") في معالجة قضايا الشأن العام، وهو "سقف غير مسبوق" في المشهد الإعلامي الأردني لـ"جرعاته الزائدة" قبل مرحلة التشريع حتى غدا سقفًا وهميًّا مجالًا ومنظورًا. وقد أسهم أيضًا السياق السياسي العام ودينامية الحراك الشعبي الذي تزامن مع أحداث الربيع العربي في بلورة تلك الدرجة المعيارية (مستوى جيد) التي اعتبرها البعض مكسبًا للحالة الإعلامية في الأردن، فضلًا عن بروز فاعلين جدد في المشهد الإعلامي الإلكتروني.

لكن سرعان ما تراجع هذا "السقف المفتوح" في ظل منظومة قانونية يعتبرها معظم الفاعلين المهنيين والباحثين المعنيين بحقل الإعلام تقييدًا لحرية الصحافة الإلكترونية و"نكوصًا عن المكتسبات". وهنا، يبرز مرة أخرى تأثير البيئة التشريعية والسياسية والاقتصادية باعتبارها سياقات كابحة لحرية الصحافة الإلكترونية، وهو ما يستدعي النظر في الشروط والعوامل المناسبة لتجاوز الإشكاليات التي تثيرها هذه البيئات غير الصديقة للحريات. ويرى العديد من الفاعلين المهنيين والباحثين أن الخطوة الأولى تتطلب إيجاد "بيئة صديقة للحريات" تتمثَّل في عقلية جديدة تمتلك الخبرة في إدارة ملف الإعلام؛ لأن ذهنية الدولة لا تزال -في نظر هؤلاء- محافظة في تدوير القيادات والتشريعات، وفي سن القوانين وتنظيم القطاع. كما أن هذه البيئة الصديقة للحريات تحتاج لتشريعات وقوانين لا تنزع فلسفتها وروحها للتقييد والتجريم والعقاب كما يبدو في قانون الجرائم الإلكترونية الذي يعتبره البعض "عبثًا بالأمن الوطني" لتحصينه فئة ضد النقد بكل أشكاله، ما يؤدي إلى ظواهر سلبية تُعطِّل إنجاز مسلسل الانتقال الديمقراطي الطويل الذي يعيشه الأردن منذ العام 1989. ويرى هؤلاء المهنيون أن الذي حمى الأردن خلال فترة الربيع العربي هو مساحة النقد التي كانت تتوفر في الأردن، فكسرت

التابوهات التقليدية والمحرمات السياسية والاجتماعية والثقافية «لذلك، يجب التعامل مع الإعلام باعتباره جزءًا من الأمن المجتمعي وحماية الأمن الوطني والاستقرار والتنمية المستدامة وليس على مقاس بعض أجنحة السلطة».

وستكون البيئة الصديقة للحريات محصَّنة أيضًا بحق الحصول على المعلومات التي لا يزال الصحفيون يواجهون حتى اليوم صعوبات وعقبات كثيرة من أجل الوصول إليها جرَّاء البيروقراطية والهواجس الأمنية. كما أن انتشار بعض أنواع الخطاب (الكراهية، التحريض..) والشائعات والأخبار الزائفة لا يجب النظر في نتائجها عبر المسارعة لسن القوانين وإنما البحث عن أسبابها ومعالجة جذورها. ولا يمكن أيضًا إغفال تعزيز المجال العام الذي شكَّلت فيه الصحافة الإلكترونية خلال إحدى مراحل تطورها منصات للنقاش العام تسمح بمشاركة تفاعلية لجميع أفراد المجتمع، وهو ما كان يُمثِّل عنصر قوتها. وقد يصبح هذا المجال أكثر فاعلية في ظل بيئة سياسية تكون صديقة للحريات.

الفصل السادس

أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية
رؤية جديدة للممارسة المهنية

المعز بن مسعود

أستاذ الإعلام والاتصال بجامعة قطر والجامعة التونسية

أضحت الصحافة الإلكترونية، في كل أرجاء العالم ومنها العالم العربي، من أكبر المستفيدين من التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الإعلام والاتصال حيث تمكنت -وفي ظرف وجيز- من خلق جيل جديد من الصحفيين ينقلون الأخبار ويصوِّرونها وينشرونها لحظة بلحظة، تمامًا كما فرضت المواقع الإعلامية نوعًا من الكتابة المختصرة والسريعة؛ الشيء الذي أثَّر في العمق التحليلي للمضامين الإعلامية وجعل منها نظرة سطحية للعالم. من جهة أخرى، ومع تطور المدونات العربية خلال السنوات الأخيرة، وتنامي عدد المنشورات الإلكترونية التي أصبحت جزءًا لا يتجزَّأ من الصحافة الإلكترونية التي تتصدَّر الإعلام تأثيرًا وفاعلية، «تحوَّلت المعلومة -من خلال الإنترنت- إلى مُنْتَج إعلامي تصبغه أحيانًا رؤية بعض المدوِّنين الذين يبحثون عن فضاء افتراضي يُعبِّرون فيه عن ذواتهم».[1]

إن الصحافة الإلكترونية وعلى الرغم من حداثة نشأتها في العالم العربي، بدأت تشهد العديد من المشاكل ولعل أهمها تعاظم هشاشة بنية أخلاقيات المهنة لمعظم الصحف الإلكترونية في سياق تراجع صرامة الهرمية الإدارية والتحريرية؛ حيث أصبح إنتاج المحتوى يخضع لشبكة متشعبة من المنتجين الجدد (المدونين، تعليقات الزوار، محتضني الموقع...إلخ) الذين لم يكن لهم حضور في بنية الصحافة التقليدية.

وأصبحت الحقيقة نتاج شراكة بين جمهور ومستخدمي الشبكة من جهة، وباقي وسائل الإعلام والاتصال من جهة أخرى، بعد أن أوجدت التفاعلية منتجين جددًا للمعرفة، وبناء معرفيًّا جديدًا يختلف عن البناء المعرفي التقليدي القائم على هيمنة النخب وقادة الرأي وسيطرة المؤسسة الإعلامية التقليدية. كما أن لهذه الهشاشة وجهًا آخر يرتبط أساسًا بتعدد مهام العاملين في هذا المجال؛ حيث يجمع المشتغلون في الإعلام الإلكتروني بين أكثر من وظيفة أو منصب داخل الموقع الواحد، وهو ما أفقد العمل الإعلامي جودته الشاملة، وخلق نوعًا ما من فوضى الممارسة الإعلامية التي تعددت أوجهها، وتنامت أشكال تبعاتها السلبية.

فقد حوَّلت فوضى الممارسة الإعلامية -خاصة في سياق ما يسمى بصحافة الهواة وصحافة

---

(1) المعز بن مسعود، "الصحافة الورقية العربية: صراع البقاء ورهانات الرَّقْمَنَة"، مركز الجزيرة للدراسات، 1 ديسمبر/ كانون الأول 2016، (تاريخ الدخول: 1 أغسطس/ آب 2018)، https: / /bit. ly /2ulLxWd.

«اللجوء»- العمل الإعلامي الإلكتروني إلى حقل للاستنساخ غير المشروع. كما أن الابتزاز والتشهير من أجل الكسب والتربح أفقد هذا الصنف من الإعلام مصداقيته واستقلاليته ونزاهته. يضاف إلى ذلك ما شهدته الممارسات المهنية للعلاقات العامة من تطور وازدهار أذكى «عالم تحضير المحتوى» بطرق مبتكرة لتغذية وسائل الإعلام في البيئة الرقمية الجديدة بالمادة الإعلامية التي لا تمت للمهنية بصلة، ولا تنطوي على أية مسؤولية تجاه المواطن والمجتمع.

إن هذا الواقع المليء بالتحولات يفرض على الصحافة الإلكترونية وضع قواعد أخلاقية لكل المساهمين فيها، وإقرار مدونات سلوك تشمل كل الأطراف المشاركين في إنتاج مضامينها. فإذا كان الإعلام الإلكتروني يستمد قواعده الأساسية من الأخلاقيات التي تم إنضاجها في حقل الإعلام بمحامله المختلفة؛ حيث كانت تلك القواعد تؤطر العمل الصحفي في مجالات الصحافة المكتوبة والسمعية، والبصرية، فإن حقل الصحافة الإلكترونية بمواصفاته التكنولوجية والتواصلية الجديدة بات يفرض التفكير في منظومة أخلاقيات خاصة به تتفاعل مع التحولات المشار إليها، فضلًا عن الحاجة الملحَّة لتطوير آليات التنظيم الذاتي والرصد، بشراكة مع جمهور مستخدمي الصحافة الإلكترونية، وذلك انسجامًا مع مقوم التفاعلية الذي يطبع هذه الصناعة.

وبالنظر إلى تجارب عديد البلدان المتقدمة، فإن إقرار المساءلة الإعلامية التي تحقق التوازن بين حقوق الفرد والمجتمع وحق الصحفي في حرية التعبير من خلال مجالس صحفية ولجان إعلامية مستقلة وذات مصداقية، قد يكون أحد دعائم أخلاقيات العمل الإعلامي في الصحف الإلكترونية العربية، دون أن يعني ذلك طبعًا استبعاد دور القانون في تحسين جودة هذه الصحافة.

في سياق هذا الطرح، سنحاول من خلال هذه الدراسة التي عنونَّاها بـ«أخلاقيات المهنة في الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية»، البحث في الضوابط المهنية للإعلام الجديد، التي قد تكون هُمِّشت في ظل الهوس بالمعايير التقنية التي أصبحت تحتل الجانب الأكبر من اهتمامات المشتغلين بالصحافة الإلكترونية العربية، والبحث عن السبق الصحفي على حساب المعايير المهنية مما فسح المجال واسعًا أمام الشائعات.

إن هذه المعايير التقنية، وفي سياق التحولات الاتصالية والإعلامية الجديدة، أصبح لها في الصحافة الإلكترونية تجليات ترتبط أساسًا بصحة المعلومات، وصدقيتها والثقة بها استنادًا

إلى ما تنشره أو تبثه من مضامين تعتمد على روابـط فائقة السرعة، ووسـائط متعـددة، ومقاطع صوت وفيديو قد لا تعبِّر بالضرورة عن صدقية الخبر، وموضوعيته، وحياده، والتزامه بالمعايير المهنية مما يطرح مشاكل تتصل بأخلاقيات المهنة الصحفية، والاحترافية المهنية للمؤسسات الإعلامية التي تحتضن الصحف الإلكترونية.

وأمام هذه الإشكاليات ذات الطابع المهني التي قد تُفقد الإعلام مصداقيته واستقلاليته ونزاهته وتفسح المجال واسعًا أمام الثلب والتشهير، تصبح عملية البحث في ضوابط أخلاقيات العمل الصحفي الإلكتروني ضرورة يفرضها الواقع المهني لهذا النوع المستحدث من الإعلام الجديد في العالم العربي، انطلاقًا من الإطار الأخلاقي العام الذي يستند أساسًا إلى مواثيـق الشرف الأخلاقية وانتهاء إلى التشريعات القانونية التي تضع الإطار القانوني والتشريعي العام للصحافة الإلكترونية العربية. ويقودنا ذلك إلى طرح رؤية جديدة لأخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية ترقى -مهنيًّا، وقانونيًّا، ومدنيًّا- إلى إيجاد معايير محددة في البيئة العربية الإلكترونية، يمكن من خلالها تقييم مدى احترام المضامين الإعلامية المنشورة رقميًّا وإلكترونيًّا لأخلاقيات المهنة، مما يساعد على الرقي بالقيمة الاحترافية للمؤسسات الإعلامية العربية العاملة في هذا المجال.

1. إشكاليات الصحافة الإلكترونية العربية بين واقع الممارسة وتحديات أخلاقيات المهنة

أتاحـت التكنولوجيـات الجديـدة للإعلام والاتصال -عبر ذلك الكم الهائل من المنصات والتطبيقات- الظروفَ الملائمة في العديد من بلدان العالم ومنها البلدان العربية لبروز الصحافة الإلكترونية كمادة إعلامية جديدة ومكمِّلة للإعلام التقليدي، «لتتحول في فترة وجيزة، إلى وسيلة وظاهرة إعلامية ذات أبعاد متعددة، تمتد إرهاصاتها إلى تغير الإنتاج الإعلامي والسلوك الاستهلاكي للقرَّاء وكذا توجهاتهم ومواقفهم»[1] تجاه القضايا الوطنية، والإقليمية والدولية. ورافق ظهور الصحافة الإلكترونية تحرر المواد الإعلامية من قيودها الجغرافية، وإلغاء الخصوصية وانعتاقها من الرقيب الإعلامي الذي طالما شكَّل هاجس الصحف الورقية؛

---

(1) محمد برقان، "حق الممارسة الإعلامية في الجزائر بين الحرية والأخلاقيات المهنية: دراسة لواقع الصحافة الإلكترونية في ضوء قانون الإعلام 2012"، مركز جيل البحث العلمي، 23 نوفمبر/ تشرين الثاني 2017، (تاريخ الدخول: 1 أغسطس/ آب 2018)، https: / /bit.ly /2TLC7NV.

فبرزت أصوات نخب ناشئة أحدثت تغيرات في أسلوب عمل الصحف الإلكترونية، وآليات عرض مضامينها الإعلامية وتداولها، لتتيح مجالات أكبر لتقاسم الأحداث، فكانت أحد أسباب تغير المشهد الإعلامي، وتطور مضامينه، وجعْله أكثرَ سرعةً في الوصول إلى أكبر عددٍ ممكن من القرَّاء.

كما «خلقت الصحف الإلكترونية جيلًا جديدًا من الصحفيين ينقلون الأخبار ويصورونها وينشرونها لحظة بلحظة، تمامًا كما فرضت المواقع الإعلامية نوعًا من الكتابة المختصرة والسريعة، الشيء الذي أثَّر في العمق التحليلي للمضامين الإعلامية وجعل منها نظرة سطحية للعالم. من جهة أخرى، ومع تطور المدونات العربية خلال السنوات الأخيرة، وتنامي عدد المنشورات الإلكترونية التي أصبحت جزءًا لا يتجزَّأ من الصحافة الإلكترونية التي تتصدر الإعلام تأثيرًا وفاعلية، تحوَّلت المعلومة -من خلال الإنترنت- إلى مُنْتَج إعلامي تصبغه أحيانًا رؤية بعض المدوِّنين الذين يبحثون عن فضاء افتراضي يُعبِّرون فيه عن ذواتهم».[1]

في سياق هذا التداخل بين صوت الصحفي الاحترافي المهني، وصوت المواطن الذي يقدِّمه المجال العام على أنه الصوت المعارض والمتحرر من كل قيود، والمنتج والمستهلك والناشر للمحتوى الإلكتروني، امتزجت المواد الإعلامية القيِّمة التي تحترم معايير المهنية، والموضوعية والمصداقية بالمضامين الرديئة التي تفتقد لأدنى القيم المهنية التي تحكم طبيعة العمل الصحفي؛ الأمر الذي يثير جدلًا واسعًا اليوم حول أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية، والتحديات التي تواجهها مهنة الصحافة على الإنترنت جرَّاء السلوكيات غير المسؤولة للأفراد والمؤسسات التي تنطوي على إسفاف واستنساخ وتربح غير مشروع أحيانًا، أو استهزاء، وتجريح، وتشهير مقصود أحيانًا أخرى.

إن هذه الوضعية تفرض على المهنة الصحفية على شبكة الإنترنت مراجعة مسؤولياتها الأخلاقية المنوطة بتعدد مهام الصحفي في الصحيفة الإلكترونية، واحترام تخصصه، وتحديد هامش التفاعلية عند تحرير المواد الإعلامية، ونقل المعلومات عن المستخدمين، وتوظيف مصادر المعلومات على الإنترنت...إلخ؛ وهي إشكاليات، وتحديات قد تقف عائقًا أمام ممارسة الصحفي لمهامه على أكمل وجه، وقد تعمِّق مسؤوليته الأخلاقية في ظل المعادلة الصعبة بين سعي المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها على الزيادة في عائداتها بأقل عدد ممكن من الموارد

---

(1) ابن مسعود، "الصحافة الورقية العربية: صراع البقاء ورهانات الرقمنة"، مرجع سابق.

البشرية، وتكبده لمهام إضافية على حساب جودة العمل الإعلامي الذي يؤمِّنه لتلك المؤسسة.

1.1. إشكاليات أخلاقيات المهنة بالصحف الإلكترونية في ظل تعدد مهام الصحفي

إن التكلفة غير المرتفعة في استخدام شبكة الإنترنت لنشر المواد الإعلامية قد شجع الكثير من المؤسسات الإعلامية على الاستثمار في الشبكة سواء أكان ذلك بالانتقال بالصحيفة من المحمل الورقي إلى الإلكتروني للضغط على تكاليف النشر المرتفعة، أو بإضافة صحيفة إلكترونية إلى جانب الورقية للوصول إلى شريحة أكبر من القرَّاء وخلق فضاءات إعلانية جديدة من شأنها زيادة الموارد المالية للمؤسسة الإعلامية. وتعتمد هذه الصحف الإلكترونية في عملها -في الكثير من بلدان العالم- على عدد محدود جدًّا من الإعلاميين من مشارب مختلفة قد لا يكون تخصصهم الصحافة بالضرورة، لتزيد أعباء الصحفي وتتشابك مهامه في أحيان كثيرة بين التحرير، والإعلان، والتسويق؛ فيمسك من كل شيء بطرف دون التخصص في جانب بعينه، وهو ما أفرز الكثير من المشاكل المتصلة أساسًا بالمحتوى الإعلامي في ظل غياب الحياد، والمصداقية، والضوابط المهنية التي تحكم آليات الممارسة الإعلامية، وأخلاقياتها.

وتنسحب هذه الوضعية اليوم على البلدان العربية بعد أن مرَّت بالعديد من بلدان العالم التي حققت سبقًا في ازدهار الصحافة الورقية، وقطعت أشواطًا كبيرة في سبيل رَقْمَنَتِها، على غرار البلدان الأوروبية والولايات المتحدة الأميركية. فقد «أظهرت دراسة مسحية قام بها ديفيد أرانت (David Arant) وجانا أندرسون (Janna Anderson)، عام 2000، عن محرري الصحف الإلكترونية في الولايات المتحدة الأميركية، أن «المواقع الإلكترونية توظف عددًا قليلًا من الموظفين ليقوموا بالعمل تحت ضغط كبير من أجل إنجاز مهام ومسؤوليات متعددة. فمقارنة مع عمل الصحفي في الصحيفة الورقية، لا يقوم الصحفي في الصحيفة الإلكترونية بمهام محددة متخصصة، ولكنه يقوم بعدد من المهام المتداخلة؛ فهو يُعِدُّ التقرير الصحفي، ويُجهِّز التطبيقات المستخدمة في الموقع، ويتابع تعليقات الجمهور، ويجمع قاعدة من البيانات خاصة بالجمهور المستخدم. كما أنه معنيٌّ بإثراء المحتوى بالوصلات الخارجية، والتأكد من عدم احتواء هذه الوصلات مواد تسيء إلى الموقع والجمهور المستخدم، إضافة إلى جلب الإعلانات للصحيفة وأحيانًا تصميمها، وكتابتها. وتتراوح عدد ساعات عمله بين 8 و10 ساعات يوميًّا. كما يقل عدد المتفرغين مقارنة بعدد العاملين بدوام جزئي، نتيجة

الضغوط المالية التي تعاني منها الصحف الإلكترونية بسبب قلة العائدات أحيانًا، مما يؤثر على أداء الصحفي. هذا الضغط الكبير في المهام وغياب التخصص يؤدي إلى الوقوع في الأخطاء التي تتعلق بالدقة والموضوعية، وإلى خلق العديد من المشاكل"[1] ذات الطابع المهني التي قد تقود إلى مخالفة معايير أخلاقيات المهنة.

إن عدم تحديد المهام وإهمال مبدأ التخصص في الصحف الإلكترونية وغياب العمل المؤسسي، يُشكِّل أزمة في تأمين سير العمل الإعلامي بتلك الصحف، مقارنة بالصحف الورقية التقليدية التي توجد فيها عدة أقسام مثل هيئات التحرير ومراكز الأخبار والخدمات الفنية والثقافية وخدمة الأنباء الخارجية والخدمات الاقتصادية وخدمة الأرشفة...إلخ. «كما توظف الصحيفة الورقية عددًا كبيرًا من العاملين، بينما تفتقر الصحف الإلكترونية لمثل ذلك العدد، تمامًا مثلما تفتقر إلى التخصصات والتصنيفات؛ إذ نادرًا ما تجد مراسلًا صحفيًّا ميدانيًّا يعمل لحساب الصحف الإلكترونية»[2]، في ظل وجود هاجس يشغل بال مالكي تلك الصحف الإلكترونية وهو كيف يمكن أن يضمنوا زيارة موقع الصحيفة من قِبَل أكبر عدد ممكن من الزوار في سبيل تحصيل أكثر ما يمكن من عائدات الإعلان، ما قد يؤثر سلبًا على عدد الأعمال الصحفية الميدانية، وقيمتها، وجودتها.

2.1. المعادلة الصعبة بين الالتزام بأخلاقيات المهنة وسرعة الانتشار والتفاعل

إن الحصول على الخبر الصحفي والانفراد به يُعَدُّ في حد ذاته سبقًا صحفيًّا إلا أنه في الكثير من الأحيان، وفي سبيل ضمان سرعة الانتشار، قد تغيب الدقة والموضوعية عن الخبر المنشور عبر الإنترنت لعدم التدقيق في صحة المصدر، أو لثقة الصحفي المتناهية فيه. وهذا قد يؤدي إلى أزمة ثقة مع جمهور الصحيفة الإلكترونية الذي قد تتاح له فرصة التحقق من مصداقية المعلومات التي تصله عبر الإنترنت، وذلك من خلال التقاطعات التي يبنيها بين المواد الإعلامية في المواقع الإلكترونية حول الخبر نفسه المتصل بالسبق الصحفي. من جهة أخرى، غالبًا ما تستند المواد الإعلامية المحررة في الصحف الإلكترونية إلى مصادر مواقع وكالات

(1) سهى إسماعيل، "أخلاق الصحافة في عصر الإنترنت"، معهد الجزيرة للإعلام، 28 أبريل/ نيسان 2016، (تاريخ الدخول: 1 أغسطس/ آب 2018)، https: / /bit.ly /2PRasfY.

(2) Muge Demir, “Importance of Ethic, Credibility and Reliability in Online Journalism,” European Journal of Social Sciences, Vol. 24, no. 4, (2011).

الأنباء على الإنترنت أو الصحف الورقية أو الإلكترونية الأخرى، دون ذكر المصدر، مما يطرح إشكاليات حول معيار الأمانة الصحفية وأخلاقيات العمل الصحفي، ومصداقيته، ويكون سببًا في اهتزاز ثقة الجمهور في الوسيلة الإعلامية.

في سياق هذا الطرح، وفي دراسة له حول مؤهلات العمل في الصحافة الإلكترونية وظروفه، يعتبر الباحث في جامعة الأناضول التركية، هولوك بيرسون (Haluk Birsen)، «أن المصداقية والدقة والتوازن من أساسيات العمل الصحفي التي تتعارض بدورها مع السرعة كمبدأ أساسي في الصحافة الإلكترونية؛ حيث تُعَدُّ الأخبار العاجلة مفتاحًا للنجاح في الإعلام الإلكتروني، وإلى حدٍّ ما تُقبل بعض الأخطاء فيها بحيث تُعدَّل فور ملاحظتها، ولكن مصداقية المصدر المستخدم شرط أساسي لا يمكن التهاون فيه حتى مع السرعة، وهنا تكمن المشكلة»[1].

على صعيد آخر، وعلى عكس الصحف الورقية، تمنح الإنترنت الصحفي إمكانية التعمق في موضوع المقال الذي يكتب فيه عبر الربط بصفحات من داخل الموقع أو من مواقع أخرى، لتضع القارئ أمام خيارات عديدة تمكنه من فهم الموضوع المطروح والتعمق فيه «إلا أنه وفي حال عدم معرفة المستخدم بمآل هذه الوصلات قد تبرز عديد المشكلات التي ترتبط بالتزام الصحفي بالمعايير المهنية المنظمة لعمله؛ فالجمهور يتوقع من الصحيفة أن تقوده من خلال وصلاتها خارج موقعها إلى مواقع موثوقة لا تسيء إليه كقارئ من حيث المحتوى الذي تقدمه إليه، أو تضر بسياسة الموقع، لأن حدوث ذلك يفقد القارئ ثقته في الصحيفة، كما أنه يسيء إلى الموقع نفسه. وحري بالصحيفة هنا أنْ تزود القرّاء بعناوين الروابط المستخدمة، وأن تعلمهم بأن الوصلات والروابط الخارجية لا تقع تحت مسؤوليتها وإشرافها»[2]، بعد أن باتت صحافة الإنترنت تُشكِّل نواة حقيقية لفضاء افتراضي مفتوح يجلب إليه أعدادًا كبيرة من المستخدمين ممن لهم القدرة الفكرية والمادية على النفاذ للشبكة العنكبوتية، والتفاعل مع ما يكتب.

لقد جعلت بيئة الإنترنت الجمهور شريكًا فعليًّا في تحرير محتوى الصحف الإلكترونية؛ فتعليقاته جديرة أحيانًا بإثراء التقارير الإخبارية بالنقاشات، والتي قد تكون مادة دسمة بيد الصحفي لتطوير ما يكتب من مادة إعلامية إلا أن مضامين تلك التعليقات قد تكون أحيانًا

(1) إسماعيل، "أخلاق الصحافة في عصر الإنترنت"، مرجع سابق.

(2) المرجع السابق.

أخرى حاملة لإساءات، أو تجريح أو ألفاظ نابية، أو نعرات تذكي الطائفية، أو شائعات لا تستند إلى دليل مما يطرح إشكاليات قانونية، وخروقات تصل أحيانًا حدَّ انتهاك أخلاقيات الممارسة المهنية.

فتشجيع الصحيفة الإلكترونية لقرائها حتى يتفاعلوا مع ما تكتب لا يعني بأي حال من الأحوال السماح لمستخدم الإنترنت بخروج تعليقاته عن هدفها وإساءته إلى الصحيفة. فخاصية التفاعلية هنا تعني منح القارئ إمكانية المشاركة في صناعة المحتوى، وتنوعه، وتكامله، وحرية إبداء الرأي، دون ثلب، أو تجريح، أو تشهير وفي إطار الضوابط والمعايير المتعلقة بمهنية العمل الصحفي وحرفيته، تمامًا مثلما لا يُسمح للصحيفة الإلكترونية بجمع المعلومات عن المستخدمين وبيعها لاحقًا، بغاية تحقيق أهداف ربحية.

3.1. مغالاة الصحفي في اعتماد مصادر مفتوحة وبروز تحديات أخلاقية جديدة

يعتمد الصحفي على شبكة الإنترنت كمصدر للمعلومة بدءًا باستخدام محركات البحث مثل غوغل، مرورًا بموسوعة ويكيبيديا، وانتهاء بشبكات التواصل الاجتماعي. فهل يمكن الوثوق بهذه المصادر في أداء الصحفي لعمله؟ على الرغم من عديد الفوائد التي تحققها الإنترنت للصحفي إلا أنها لا تخلو من بعض السلبيات التي قد تؤثر في جودة المواد الإعلامية نتيجة التضخم المعلوماتي الذي تزخر به؛ «فهي تحتوي على مليارات الصفحات وملايين المواقع تجمع بين الجيد والرديء» مما يُشكِّل عبئًا أمام الصحفي لانتقاء ما يناسبه من معلومات. «كما أن عدم استقرار مصادر المعلومات على الإنترنت -باعتبارها ذات طابع ديناميكي- يجعل هذه المصادر قابلة للتغير أو الحذف والإضافة في أي وقت»[1]، مما لا يوفر أية ضمانات للصحفي بأن ما نشره من مواد إعلامية اعتمد في جزء منها على مصادر الإنترنت قد تكون صحيحة مئة بالمئة، وهذا قد يؤثر طبعًا على مصداقية ما يكتب، ويزعزع ثقة الجمهور في الصحيفة. يضاف إلى ذلك أن «بعض مصادر المعلومات يكون المسؤول عنها، فكريًّا وماديًّا، مجهول الهوية»[2]،

---

(1) عبد الرشيد بن عبد العزيز حافظ، "مصادر المعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت: معايير مقترحة للتقويم"، Cybrarians Journal، العدد 10، سبتمبر/ أيلول 2006، (تاريخ الدخول: 1 أغسطس/ آب 2018)، https: / /bit.ly /2OZPTsp.

(2) المرجع السابق.

مما يجعل تقييم تلك المعلومات للحكم على جودتها وإمكانية الاستشهاد بها والاستفادة منها مهمة صعبة بالنسبة للصحفي.

يتضح إذن مما سبق «أن الإنترنت وما تحويه من مصادر معلومات تُعَدُّ بيئة خصبة للصحفيين تساعدهم في إنجاز أعمالهم و»إثراء المعرفة البشرية، في حين تحمل في طياتها شيئًا من التناقض الملموس. فكما يمكن للصحفي أن يجد معلومات قيمة وموضوعية وحديثة وفريدة لا يمكن أن يحصل عليها من مصادر أخرى بذات السرعة والجهد، يمكن أن يجد معلومات خاطئة وقديمة تكون نسبة جودتها أقل بكثير من سابقتها إن لم تكن منعدمة»[1]، مما يطرح إشكالية الوثوق بهذه المصادر، والسقوط في تحديات أخلاقية جديدة ترتبط بمدى مصداقية الصحفي، ومدى قدرة الصحيفة الإلكترونية على الحفاظ على ثقة قرائها فيها.

وعن استخدام الصحفي لموسوعة ويكيبيديا الإلكترونية كمصدر موثوق للأخبار في إنجاز أعماله الصحفية، نشرت الباحثة الأميركية في جامعة ميريلاند، دونا شو (Donna Shaw) مقالًا بعنوان «ويكيبيديا في غرفة الأخبار» بيَّنت فيه أنه: «على الرغم من أن استخدام ويكيبيديا كمصدر أولي للمعلومات لا يُعَدُّ احترافيًّا في العمل الصحفي، فإن بعض الصحفيين يعتبر هذه الموسوعة الإلكترونية مفيدة جدًّا في رسم خارطة لتتبع قصة معينة والبدء بعملية جمع المعلومات»، مضيفة: «كون ويكيبيديا تحوي مقالات احترافية، فهي أيضًا تحوي مواد رديئة نظرًا لطريقة تحرير محتواها؛ إذ تعتمد على عدد كبير من المحررين المتطوعين المجهولين في مختلف أنحاء العالم، وباستطاعة أي كان أن يضيف ويعدِّل في محتواها. بيد أن ويكيبيديا لا توهم المستخدم بأنها بالغة الدقة؛ فهي تعلم القارئ ألا يستخدمها لاتخاذ قرارات مهمة، وتخبره أنها لا تتوقع منه أن يثق بمحتواها، لأن هناك خبراء في ويكيبيديا وهناك أيضًا مبتدئون يرتكبون الأخطاء. كما أنها في ذات الوقت، تحذر مستخدميها من النسخ دون إحالة إلى المصدر، وتستخدم سياسة استبعاد الأعضاء الذين تثبت مخالفتهم لسياساتها العامة؛ فهي تُعلم إذن القارئ بنقاط قوتها وضعفها، وهنا تكمن قوة ويكيبيديا؛ فهي لا تضلِّل القارئ ولا المستخدم».[2]

(1) المرجع السابق.

(2) إسماعيل، "أخلاق الصحافة في عصر الإنترنت"، مرجع سابق.

ولكن على الرغم من ذلك، نجد أن بعض الإعلاميين يعمدون إلى استخدام موسوعة ويكيبيديا دون ذكر المصدر في أحيان كثيرة، تمامًا مثلما يتم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي -كنتاج للتحولات الإعلامية والاتصالية الجديدة- للتزود بالمعلومات الآنية والسريعة، في حين يجب أن تبقى مجرد أداة لجمع المعلومات فقط لا غير.

وفي الإطار نفسه، يشير الباحث هولوك بيرسون إلى أن «توظيف المواد الموجودة على منصات التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار يبرز تحديًا أخلاقيًّا جديدًا يتمثل في استخدام المواد لغير الأغراض التي أنشئت لأجلها»[1] على غرار استخدام بعض محتويات المجموعات لنقل أخبار حول موضوع بعينه.

2. الضوابط الأخلاقية المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني ومتطلباته التقنية

قد لا يمكننا البحث في الضوابط المهنية للصحافة الإلكترونية، دون الوقوف عند المعايير التقنية التي توجِّه عمل الإعلامي والتي أصبح إتقانها جزءًا لا يتجزأ من نجاح الصحفي في أدائه لعمله من عدمه. فللمعايير التقنية تجلياتها التي قد تحيل إلى مدى التزام الإعلامي بالضوابط الأخلاقية المهنية للعمل الصحفي الإلكتروني؛ فهي من يقيم الدليل على صحة المعلومات المنشورة، وصدقيتها ودرجة الوثوق بها من خلال التعرف على دقة الروابط، وقيمة النصوص فائقة السرعة، والوسائط المتعددة المستخدمة في تحرير المواد الإعلامية... إلخ.

ويكون لهذه المعايير التقنية دور في تقييم مدى التزام الإعلامي بالمعايير المهنية كالحياد، والصدق، والدقة والموضوعية في أدائه لعمله، خاصة في ظل انتشار عديد المحامل الاتصالية الأخرى المنافسة للصحافة الإلكترونية كالمدونات، ووسائل التواصل الاجتماعي، وصحافة المواطن التي تُعلي قيمة الفرد و«الموهبة الصحفية» على القيمة الاحترافية للمؤسسة الإعلامية التي تحتضن الصحيفة الإلكترونية، وتقدِّم «السبق الصحفي» على معايير الموضوعية، والدقة والمصداقية في العمل الصحفي.

---

(1) Haluk Birsen, Internet Journalism and Journalistic Ethics: Working Conditions and Qualifications of Journalists in the New Media Journal of US-China Public Administration (Turkey: Anadolu University, 2011).

1.2. علاقة الضوابط والمعايير التقنية في الصحافة الإلكترونية بأخلاقيات المهنة

يتميز الصحفي العامل في الصحافة الإلكترونية بمميزات[1] عدة مقارنة بنظيره العامل في الإعلام التقليدي كالقدرة على تحرير العمل ونشره الفوري من أي مكان طالما أنه يمتلك كلمة المرور للدخول إلى الموقع وصلاحية التحرير والنشر، والسرعة في أداء العمل، وتغذية الموضوع أو القصة الخبرية بأكبر قدر من المعلومات والخلفيات باستخدام خاصية النص الفائق أو النص المتشعب (Hyper Text)، فضلًا عن اختياره للصور وإمكانية قيامه بنشر الموضوع بنفسه باستخدام برنامج (CMS)، ومتابعة التعليقات، والقيام بالتعديلات المطلوبة إذا تطلب الأمر ذلك، والقدرة على تنقيح المعلومات وتحليلها واختبارها وتحديد غير الموثوق به منها...إلخ.

ولئن مكّنت وسائل الإعلام الجديد الصحفي العامل في مجال الصحافة الإلكترونية من أكبر قدر من التفاعلية؛ حيث صنعت احتياجات جديدة للقرّاء كالمشاركة في صناعة المحتوى، وحرية إبداء الرأي والتعبير، إلا أنها تطرح مجموعة من «المعوقات، والصعوبات التي تواجه كفاءة العمل في المواقع الإعلامية منها ما يرتبط بنقص المتطلبات التكنولوجية اللازمة لتطوير صناعة النشر الإلكتروني بها، ومنها ما يتصل بهيكل العمل وقواعده التنظيمية؛ حيث تتطلب الاستفادة من إمكانات النشر الإلكتروني الكثير من التدريب، وتستهلك وقتًا حتى يمتلك الصحفيون مهارة عالية في استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية، واستيعاب خصائص الاتصال التفاعلي والاستفادة منها. يضاف إلى ذلك معوقات تتعلق بالمفاهيم التقليدية السائدة في العمل الصحفي؛ فعلى سبيل المثال، لم يعرف العمل الصحفي التقليدي أشكالًا أخرى للمعلومات غير النصوص والعناصر الجرافيكية الثابتة، ولم تتضمن مفردات المادة الصحفية المواد الصوتية ولا لقطات الفيديو، وغير ذلك من أشكال المعلومات غير المألوفة، والتي يتيحها النشر الإلكتروني على الإنترنت، وأصبحت من العناصر المطلوبة في الموضوعات الصحفية»[2]، ما يعني أن الأمر يتطلب أن يعتاد الصحفيون في المواقع الإعلامية التفكير في بناء موضوعاتهم على نحو مختلف عن ذي قبل.

---

(1) شريف درويش اللبان، "الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد"، رؤى استراتيجية، يوليو/ تموز 2014، (تاريخ الدخول: 1 أغسطس/ آب 2018)، https: / /bit.ly /2KxFnbf.

(2) مها عبد المجيد صلاح، المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الإنترنت، دراسة تحليلية وشبه تجريبية، (رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، 2009)، ص 200.

كل هذا يجعلنا نقر بأن المعايير التقنية والتكنولوجية في الصحافة الإلكترونية -والتي ترتبط بمجموعة من المهارات مثل حذق أساليب الكتابة الرقمية، وإجادة توظيف الروابط التشعبية، ومهارات كتابة الأخبار على الإنترنت، والبحث في شبكة الإنترنت، وتوظيف الوسائط المتعددة، ومهارات التعامل مع صحافة المواطن-، في علاقتها، وارتباطها بالمعايير والضوابط المهنية للعمل الصحفي في وسائل الإعلام الجديد، يمثّلان منظومتين تتكاملان لتقديم مواد إعلامية تتسم بالحرفية والمهنية العالية، وتحترم أخلاقيات العمل الإعلامي.

أ- مهارات التحرير الرقمي[1]: يتطلب عمل الصحفي في مجال التحرير الإلكتروني مهارات تستخدم برنامج نظم معالجة الكلمات لإنجاز الكثير من العمليات، مثل: الكتابة والتعديل والتصحيح، والتدقيق النحوي والإملائي، وتحديد حجم الحروف وكثافتها، ورسم الجداول والأشكال البيانية، والتزود بالرسوم، ومعالجة الصور... إلخ. بل وأصبح الصحفي قادرًا على إخراج مادته الصحفية بنفسه. وتتطلب الكتابة للإنترنت عددًا من القواعد التي تعمل على زيادة قراءة المادة الصحفية، وجذب انتباه القارئ كالاختصار، والقدرة على الربط داخل الموقع أو على الشبكة عمومًا.

ب- مهارات توظيف الروابط التشعبية في الكتابة الرقمية: من أبرز خصائص شبكة الإنترنت ما يعرف باسم النص الفائق. ويُعَدُّ النص التشعبي/ الفائق من أهم الأدوات في يد المحرر الصحفي في الصحافة الإلكترونية؛ إذ إنه لا يساعد على توفير معلومات مفيدة داخل النص فقط، ولكنه يطيل عمر القصة الخبرية. وتضيف المعلومات والنصوص الملحقة في الروابط التشعبية معاني جديدة، تعتبر في حد ذاتها نوعًا جديدًا من ممارسة الصحفيين لدور حارس البوابة؛ حيث يحيلون القارئ إلى معلومات بعينها ذات صلة باهتماماته وسط كم هائل من المعلومات على الإنترنت.

ج- مهارات كتابة الأخبار على الإنترنت: استفادت صحافة الإنترنت من التطور الحاصل في نمط التغطية الذي حدث في الصحافة التقليدية بعد أن تألقت الصحافة التليفزيونية في التغطية الفورية والآنية للأحداث. فظهرت في الكتابة الصحفية أقلام

(1) للتوسع في المعايير التقنية والتكنولوجية في الصحافة الإلكترونية، انظر: اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مرجع سابق.

مبدعة في الصحافة التفسيرية، والاستقصائية التي تحتاج إلى مصادر جاهزة وكاملة وفورية تعطي لها الخلفيات والتفاصيل عن الأحداث، ما يجعلها تقدم الأخبار برؤية أكثر عمقًا بعد أن فقدت عنصر السرعة والسبق. وانسحب ذلك على عمل الإعلامي في الصحف الإلكترونية بحيث تحوَّل جوهر دور الصحفي في الصحافة التفسيرية مثلًا، من مجرد الحصول على المعلومة وتقديمها للجمهور إلى «تحليل الموضوعات المعقدة وتفسيرها والتعليق عليها».

د- مهارات البحث في شبكة الإنترنت: استفاد صحفيو الإنترنت من الكمِّ الهائل من المعلومات التي توفرها الشبكة لتطوير مهاراتهم في البحث، والتحليل، ومتابعة الأحداث. كما سمحت لهم بالوصول إلى مصادر متعددة وكمٍّ هائل من المعلومات بسرعة فائقة، بينما هيمنت على أدوات جمع الأخبار في فترة قصيرة من الزمن». ويتطلب التعامل مع الإنترنت ضرورة تعلم مهارة البحث الذاتي عن المعلومات والبيانات والإحصاءات، والتحقق من مصداقيتها، وتقييمها مقارنة بالمعلومات الأخرى المتوافرة، واستخدام ضوابط ومعايير عدة للاختيار بين المصادر والمعلومات المتاحة بكثرة، وكذلك ضرورة الاهتمام بتحليل المعلومات والوثائق، والاستفادة من الأدوات المتعددة المتوافرة على الإنترنت كمحركات البحث، والموسوعات.

هـ - مهارات استخدام الوسائط المتعددة: تحت مفهوم الاندماج الإعلامي الذي أزال الحواجز بين الأشكال والوسائل الإعلامية المختلفة، قامت مؤسسات إعلامية بدمج غرف التحرير في موقعها الإلكتروني مع نظيرتها في الصحيفة الورقية أو المحطة التليفزيونية التابعة للمؤسسة نفسها. وقامت شركات أخرى بتحويل أنشطتها استنادًا إلى خبرتها؛ إذ استجابت بعض الشركات الإعلامية الأوروبية إلى احتياجات الجمهور، واختارت أن تتحول إلى «محركات للمعلومات» حتى لا تتخلى عن نصيبها من السوق. وبفضل شبكة الإنترنت، تحول الصحفيون من حراس إلى وسطاء، وتحول الجمهور من مستقبل إلى مُنْتِج. وأسهمت تكنولوجيات أخرى كالهواتف المحمولة والأقمار الصناعية في تبدُّل أدوار الصحفي وتغيُّر مهامه، مما حتَّم عليه تعلُّم المزيد؛ لأن الصحافة الإلكترونية تحتاج اليوم إلى الصحفي «الشبكي» الذي يعمل مع جمهور يحتاج من الإعلامي أن يضيف قيمة جديدة إلى ما يكتب من مواد إعلامية توظِّف الوسائط المتعددة وتتميز بالجدية والجاذبية.

2.2. المجتمعات الافتراضية والسياقات الجديدة لأخلاقيات المهنة في الصحافة الإلكترونية

إن الحياة التي تمارس اليوم على شبكة الإنترنت، ما هي إلا تمثيل افتراضي للواقع الذي تعيشه المجتمعات المختلفة، «تمامًا مثلما هو الحال بالنسبة للصحافة الورقية التي انتقلت في بداياتها إلى الإنترنت بتوفير نسخ من المطبوع الورقي على هيئة «بي.دي.إف» (PDF) لتعبِّر عن واقع معيش، قبل أن تنتقل إلى ما هي عليه الآن كمؤسسات قائمة بذاتها».[1]

وتطور هذا التمثيل الافتراضي مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي «وما صاحب ذلك من ازدهار في بنية الهواتف الذكية التي دمجت كل أدوات الإنتاج الصحفي في جهاز بحجم كف اليد. انتقلت المجتمعات إلى هذه الأجهزة، وازداد المنتوج الإعلامي، وبذات القدر ازدادت رقعة انتشاره»[2]، ليخلق واقعًا افتراضيًّا جديدًا تسوده ثقافة التدوين والتَّراسل؛ حيث أصبحت هذه الثقافة -بإرهاصاتها المختلفة- مصدرًا لتزويد الصحفي بالمعلومة، وكرَّست سياقات جديدة تستدعي دراسة كمية المعلومات التي يضخُّها المجتمع الافتراضي الجديد وأبعادها، وإعادة التفكير في فلسفة الإعلام وممارساته المهنية، وأخلاقياته.

ويمكن الإشارة هنا إلى أن «المدونات أو شبكات التواصل الأخرى مثل تويتر وإنستغرام أو سناب شات وغيرها من المحامل التي يستغلها الناشطون في نشر الأخبار العاجلة بصورة مستمرة، قد زادت من دور الشبكة العنكبوتية في الترويج لسياسة التعبير أكثر من أي وقت مضى. كما أضحت تلك المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات، وتبني الحملات المختلفة، بل وتعتبر من أهم الخدمات التي ظهرت على شبكة الإنترنت على الإطلاق، باعتبار أن المدونين ينقلون ما شاهدوه وسمعوه بأنفسهم».[3]

(1) علي سعد السر، "صحافة المواطن...إعلام هجين"، معهد الجزيرة للإعلام، 28 مارس/ آذار 2016، (تاريخ الدخول: 1 أغسطس/ آب 2018)، https: / /bit.ly /2FEEoHy.

(2) المرجع السابق.

(3) المرجع السابق.

أ-المدونات ووسائل التواصل الاجتماعي: أمر واقع في العالم العربي بحاجة إلى المأسسة والمساءلة

عربيًّا، «بدأ تأثير المدونات منذ العام 2005 وازداد مع بدء حراك سياسي في المنطقة، وبداية ارتفاع الأصوات المطالبة بالتغيير والإصلاح، قبل انطلاق ما يُعرف بالثورات العربية. ولعب المدوِّنون دورًا بارزًا وشاركوا بقوة في الدفع نحو التغيير وزيادة الوعي السياسي والاجتماعي، خاصة بين الشباب. وحمل المدونون لواء المبادرة، واستطاعوا رفع هامش حرية التعبير عبر تسليط الضوء على قضايا سياسية واجتماعية كانت تُعدُّ سابقًا من «التابوهات». كما استطاعوا دفع قطاع كبير من مستخدمي الإنترنت -معظمهم من الشباب- إلى التفاعل مع ما يطرحونه، وتشجيعهم على المشاركة الإيجابية. وتُمثِّل مصر أكبر تجمع للمدوَّنات ويُقَدَّر بثلث المدونات العربية، تليها السعودية، ثم الكويت، ثم المغرب».[1]

ويختلف صحفيو المدونات والمواقع الإلكترونية عن صحفيي الصحف الإلكترونية، «سواء من حيث المهارات والقدرات، أو من حيث طريقة العمل والمهنية، وكيفية الصياغة والسياسة التحريرية؛ حيث يعتمد محررو المواقع أكثر على الاختصار وتركيز المعلومة لسرعة إصدارها، بينما يركز صحفيو الصحف على المحتوى التحريري والمضمون، والالتزام بالمهنية وضوابط العمل الصحفي. وقد فتحت المدونات الباب على مصراعيه لمساهمة الجميع في صنع الحدث، والتفاعل مع الجمهور وأصبحت من أهم أنواع الصحافة على مستوى العالم وأبرزها، وأكثرها تأثيرًا، واستطاعت أن تخلق جيلًا جديدًا من الهواة والصحفيين المتطوعين».[2]

وبالإضافة إلى المدونات، فإن مواقع التواصل الاجتماعي أثَّرت هي الأخرى في صناعة الخبر باعتبارها قوة تأثير واسعة الانتشار رغم ما تثيره أحيانًا من تباين في الآراء حول «حقيقة ممارسة حرية التعبير» في فضاءاتها. فقد تحولت «مواقع التواصل الاجتماعي إلى أحد أهم مصادر المعلومات الأولية لوسائل الإعلام، باعتبار أن العديد من المؤسسات الإعلامية والصحفيين يتابعون هذه المواقع وما يُنشر فيها من معلومات وأفكار، ربما تقودهم إلى خبر أو قصة مهمة».[3]

---

(1) "المدونات العربية ثورة على تابوهات الصحافة التقليدية"، العرب، 16 فبراير/ شباط 2016، (تاريخ الدخول: 1 سبتمبر/ أيلول 2018)، https: / /bit.ly /2DKPyI4.

(2) المرجع السابق.

(3) منتظر القيسي، "مواقع التواصل الاجتماعي: الصحافة تلاحق العالم الافتراضي"، بيت الإعلام

ويُعدُّ «الإقبال على مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة عالمية تشكَّلت بسبب ثورة الاتصالات وتقنية المعلومات التي مكَّنت شعوب العالم من التواصل مع بعضها، وأفرزت ما يُسمَّى بصحافة المواطن، التي مكَّنت الإنسان من تمثيل نفسه بنفسه والتعبير عن رأيه عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمنتديات. وتشير الإحصائيات إلى أن عدد المتصفحين للشبكات الاجتماعية ينمو بنسبة عالية جدًّا تصل إلى 250 ٪ سنويًّا، ويصل العدد حاليًّا إلى أكثر من 800 مليون مستخدم نشط، وأكثر من نصف هذا العدد يدخلون على الشبكات الاجتماعية يوميًّا»[1]. وتلعب مواقع التواصل دور الرقيب على أداء وسائل الإعلام والصحفيين حتى إن «الكثير من مستخدمي تلك المواقع يبادرون إلى تصحيح معلومات ترد في وسائل إعلام، أو تفنيدها أو توضيحها أو تطويرها، تمامًا مثلما تُمَكِّن من التعرف على مدى تفاعل القُرَّاء والمستمعين والمشاهدين مع ما يُنشر من نصوص، أو يُبَثُّ من مقاطع مسموعة أو مرئية»[2] في مواقع الإنترنت المختلفة.

وعلى الرغم من أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تكون أكثر رواجًا أحيانًا من منافذ إعلامية تقليدية في الشبكة العنكبوتية «فإن الطابع الشخصي الذي يُهيمن على ما تنشره محاملها المختلفة قد يعوق استخدامها بوصفها مواد صحفية، لذلك يبحث المدونون المعروفون عادة عن وسائل إعلام فاعلة تنشر إنتاجاتهم لمنحها صفة المادة الإعلامية، حتى وإن كانت مواقع التواصل تتيح قدرًا أكبر من حرية التعبير، نظرًا للقيود المختلفة والمتباينة المفروضة أحيانًا على الصحفيين في المؤسسات الإعلامية الرّسمية أو الخاصة»[3].

أما بالنسبة لمستخدمي الإنترنت، فإن مواقع الشبكات الاجتماعية، مثل فيسبوك وتويتر وماي سبيس وغيرها من المواقع، قد وفَّرَت لروادها فرص التفاعل مع ما يُكتب أو يُبث، ومكَّنتهم من صفة الشريك في التعبير الحر ليصبحوا أحيانًا مصدرًا للمعلومة، وأحيانًا أخرى مصدرًا لتردد الشائعات، مما يطرح إشكاليات على مستوى ممارسة المهنة الصحفية وأخلاقياتها.

إن توصيفًا لهذه المدخلات والمتغيرات يتقاطع مع فكرة الإقرار بأن المواطن في العالم العربي

العراقي، (د.ت)، (تاريخ الدخول 2 يوليو/ تموز 2018)، https: / /bit.ly /2mvFZnc.

(1) المرجع السابق.

(2) المرجع السابق.

(3) المرجع السابق.

يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة شخصية لا إعلامية، ما يجعل الحديث عن تبوُّؤ هذه المواقع مكانة مهمَّة -لتكون بديلاً عن الصحافة سواء المكتوبة أم المسموعة أم المرئية- أمرًا يصعب تحقُّقه، وذلك على الرغم من قدرة هذه المواقع على إنتاج أعمال إعلامية متكاملة ازداد عددها بعد أن «دخلت الهواتف الذكية ميدان العمل الإعلامي تدريجيًّا ابتداء من خدمات الرسائل العاجلة قبل عدة سنوات، وأخذت بالتطور حتى أصبح الهاتف الذكي مؤسسة كاملة لصناعة الأخبار، استفادت منه وسائل الإعلام المختلفة». [1]

ولكن على الرغم من ذلك، فإن الاعتراف بأن وسائل التواصل الاجتماعي لديها شعبية لا يمكن الاستهانة بها، وباتت مقصدًا للباحثين عن المعلومات الآنية السريعة -على الرغم من عجزها عن تقديم التحليلات والآراء المعمَّقة- أصبح أمرًا واقعًا، إلا أنها في الآن نفسه تحتاج إلى الكثير من الأطر التي يجب أن تحكم طبيعة علاقتها بالمواد الإعلامية -بعد أن أصبحت مصدرًا للمعلومة بالنسبة إلى العديد من الصحفيين- مما يستوجب تنظيمها، ومَأْسَسَتها حتى نتمكن من مساءلتها إن تطلب الأمر ذلك.

كما أن اعتماد المدوِّنين على ذات الأدوات التي يستخدمها الصحفي في ممارسة مهنته أو حرفته، واستغلال شبكة الإنترنت وسيلة للنشر والتداول، يثيران الرغبة في إعادة تعريف الممارسة الإعلامية والبعد بها عن الوصف الذي يضعها في خط موازٍ للصحافة التقليدية أو خانة صحافة الإنترنت. ثم إن تأكيد حضور المتلقي «المواطن» في القضايا العامة وإسهامه في نقل ما يشاهده من أحداث، قد يجعل التفكيرَ يتجه إلى تفكيك ما يشاركه من محتوى، خبرًا كان أم شكلًا آخر من أشكال التحرير الصحفي للوقوف عند مصداقية ما يتداوله، وتأثير ذلك على درجة مهنية الإعلامي الناقل للمادة الإعلامية مقارنة بدرجة مهنية الصحفي في الصحافة التقليدية، والتي تمكِّنه من الاستقصاء، والتحليل، ورؤية ما وراء الخبر؛ الأمر الذي استعصى على من حجز لنفسه مكانًا بالتحول إلى صحفي إلكتروني ليمارس ما يسمَّى بـ«صحافة المواطن».

(1) المرجع السابق.

ب- صحافة المواطن: إعلام بديل أم إعلام هجين أساء للممارسة الإعلامية وأخلاقياتها؟

لقد أتاحت الصحف الإلكترونية للمجتمعات الافتراضية من الفرص ما يمكِّن المواطن من جمع المعلومات وإدراجها على محامل اتصالية بشبكة الإنترنت. وقد ساعد انتشار عديد التطبيقات والمنصات على الإنترنت -وخاصة مع شيوع أجهزة الهواتف المحمولة المجهزة بكاميرات لالتقاط الصور، والفيديوهات- الكثير من المواطنين غير المدربين على القيام بمهام الصحفي ونقل مشاهداتهم، مما أفرز واقعًا جديدًا للممارسة الإعلامية، وتغيرًا في المفاهيم المتصلة بالإعلام. ونتج عن هذا التغير في الممارسة الإعلامية، بروز مفاهيم جديدة كالتشاركية في إنتاج المحتوى، وظهر نوع جديد من مصادر المعلومات تتطلَّب توظيف وسائل التوثيق لتحقيق قدر من المصداقية في نقل المعلومات وتغطية الأحداث التي تجعل من «صحافة المواطن» المصدر الأول للخبر. وهذا النوع الجديد أدى إلى تغيير واضح في نموذج الاتصال الإعلامي الذي تبدلت ملامحه، فاندمج المصدر والمرسل والمتلقي، وذابت الرسالة في الوسيلة، وما عاد مفهوم «رجع الصدى» كما كان في النموذج التقليدي للاتصال[1].

وقد ظهرت بعض الاجتهادات لرسم ملمح مميز لصحافة المواطن، وفقًا لمحددات اشترطها باحثون، مثل مارك ديوز (Mark Deuze)[2] الذي يرى ضرورة أن يعي «الصحفي المواطن» شكل التغيرات التي طرأت على البنية الإعلامية، حتى يستوعب الطرق الجديدة في كيفية إنتاج المحتوى الإعلامي وتسويقه. كما على «الصحفي المواطن» أن يكون ملمًّا بما يستجد في الشكل والمفهوم لكل وسيلة صحفية، فلكل وسيلة طريقة تختلف عن الأخرى في تشفير وفك الشفرات، وفقًا لمحددات بنيوية تشكل في منتهاها خاتمة الرسالة الإعلامية».[3]

ويتوقف دور المواطن العادي عند سبر أغوار الحدث الذي ينقله كما رآه هو فقط، وهو الدور الذي يلعبه المصدر في تزويد المحرر الصحفي بالمعلومات مجردة، وهذا الدور لا يرتقي به إلى صفة الصحفي، وذلك لاعتبارات كثيرة لو نظرت إليها الباحثة في الظواهر الإعلامية، كليمينسيا رودريغز (Clemencia Rodriguez)[4]، «لما تعجَّلت بإطلاق مصطلح «الصحفي

---

(1) السر، "صحافة المواطن...إعلام هجين"، مرجع سابق.

(2) أستاذ الدراسات الإعلامية في جامعة أمستردام، وصاحب كتاب: (Media Life (Polity Press 2012

(3) السر، "صحافة المواطن...إعلام هجين"، مرجع سابق.

(4) باحثة ومنظِّرة في الظواهر الإعلامية، وصاحبة مصطلح "صحافة المواطن".

المواطن» على الشخص الذي يكتفي فقط بنقل ما يشاهده، لأن صفة الصحفي تنسحب على من يحرر الخبر، ويعالجه وفق القوالب التحريرية، وربما يضطر للاتصال بمصادر معلوماتية أخرى، أو «استدعاء التاريخ لإكمال الخبر، تليه عملية تصنيف المعلومات التي يوفرها المواطنون، والعمل على تحريرها وتلوينها بما لا يخرج عن سياسة الصحيفة التحريرية».[1]

ولو تريث الباحثون قليلًا وأمعنوا النظر في الممارسة لاكتشفوا أن الكثير من التوصيفات بشأن «صحافة المواطن» و»المواطن الصحفي» بعيدة كل البعد عن قواعد الممارسة الصحفية المهنية. «فلا يُعَدُّ المواطن صحفيًّا إذا تزوَّد بوسائل الاتصال، التي هي –في الأغلب– هواتف ذكية تمكِّنه من نشر المعلومات أو نقل الأحداث التي جعلته الظروف شاهدًا عليها». «كما لا يمكن أن تصبح مدونة المواطن الشخصية صحيفة إلكترونية إذا كان ما ينشره لا يتعدَّى معلومات يلعب فيها دور المصدر في العملية الاتصالية التقليدية فقط لا غير. وغالبًا ما تفتقر المعلومة التي ينشرها ذلك «الصحفي المواطن" إلى المحتوى الصحفي مكتمل الأركان؛ إذ تبقى معلوماته عاجزة عن توفير إجابات دقيقة عن تساؤلات الخبر الستة، أو الإلمام بأشكال الخبر المعروفة»[2]، بينما يُفترض أن تقوم الصحافة بدور عقلاني في تشكيل الرأي العام، وإدارة الحوار المتزن كسلطة لها وزنها في بنية المجتمع، وقوة رمزية في بناء التواصل ومشاركة الأفكار وتداولها.

إن الاتجاهات التي انتحاها الباحثون إذن، وأفضت بهم إلى نحت مصطلح «صحافة المواطن»، لا تقترب من الصحافة كمفهوم أو حرفة إلا في بعدها التنظيري؛ «فالأقرب أن ممارسة «صحافة المواطن» هي انتقال للمجتمع من الواقع إلى واقع افتراضي، توسعت معه سبل المشاركة وتبادل الأفكار، وحينها قد تتعدد المسميات مثلما هو حاصل في الإعلام التقليدي كإطلاق الصفة للتخصصية أو لون الناقل أو نوع التناول، بأن نقول: صحافة صفراء أو فكاهية أو اقتصادية..إلخ».[3]

في المحصِّلة، فإن تمظهرات «صحافة المواطن» تشير إلى خلق نفس من الحرية إلا أن تلك الحرية لم ترافقها المسؤولية في كثير من الأحيان، وغابت عنها قواعد الممارسة المهنية، والدقة،

---

(1) السر، "صحافة المواطن...إعلام هجين"، مرجع سابق.

(2) المرجع السابق.

(3) المرجع السابق.

والموضوعية في أحيان أخرى، مما جعل البعض يعتبر «صحافة المواطن»، أقرب إلى «حالة تغيير هرموني أحدثه التطور التقني في بنية الإعلام التقليدي، نتج عنه ما يمكن توصيفه بـ»الإعلام الهجين وتغيير في الجينات المعرفة للإعلام».[1]

فَمَنِ المخوَّل إذن بتوضيح المسؤولية الملقاة على عاتق كل من ينشر على الشبكة العنكبوتية؟ وهل يكفي اعتماد التعديل الذاتي لضبط وتنظيم ما ينشر على صفحات الإنترنت، أم أن الأمر يتطلب رؤية جديدة للممارسة المهنية وأخلاقياتها في الصحافة الإلكترونية العربية؟

3. رؤية جديدة لأخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية، ومعاييرها المهنية

استنادًا إلى ما سبق، وعلى الرغم من أن المشهد الإعلامي العربي لا يعكس نضجًا ملموسًا في قطاع الإعلام الجديد، إلا أن هناك عديد العلامات الدالة على تطور مطرد لصحافة الإنترنت، سواء من خلال البوابات الإخبارية، أو الصحف الإلكترونية أو المدونات الإعلامية باللغة العربية، وهو ما يجعلها بالفعل «نواة حقيقية منافسة للصحافة التقليدية، تمكنت في ظرف وجيز من استقطاب العديد من «المستخدمين ممن لهم القدرة الفكرية والمادية على النفاذ إلى الشبكة العنكبوتية».[2]

ويفرض الإعلام الجديد على وسائل الإعلام التقليدية اليوم في العالم العربي عددًا من التحديات: فبعد أن تمكَّنت هذه الأخيرة من أن «تعمل في بيئة مستقرة من النواحي المهنية والأخلاقية والقانونية، ساعدها على ذلك عمق التجربة ورسوخها عبر عقود عديدة»[3]، أصبحت اليوم في منافسة مباشرة مع الإعلام الجديد الذي يتسم بالحداثة، لكنه في المقابل يواجه الكثير من الصعوبات في الوصول إلى أطر أو ضوابط مهنية وأخلاقية وقانونية، ولاسيما في الدول والمناطق التي عرفت هذا النوع من الإعلام في فترة حديثة نسبيًّا مقارنة بدول العالم المتقدم؛ حيث استقرت فيها كل أشكال الإعلام الجديد لاكتمال

---

(1) المرجع السابق.

(2) آمنة نبيح، "ماهية الصحافة الإلكترونية وعوامل تطورها"، شبكة ضياء، 4 يناير/ كانون الثاني 2012، (تاريخ الدخول 2 يوليو/ تموز 2018)، https: / /bit.ly /2OtSgDx.

(3) اللبان، "الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد"، مرجع سابق.

مقومـات مجتمـع المعلومات بهـا، وبلوغها مـا يمكـن أن نطلـق عليـه «مجتمـع المعرفة».[1]

إن عدم توافر الأطر، والضوابط المهنية، والأخلاقية، والقانونية في ممارسة الصحافة الإلكترونية في الكثير من المجتمعات -ومنها على وجه الخصوص المجتمعات العربية- يثير اليوم عدة هواجس وقضايا، ويطرح عدة تساؤلات حول حرية الصحافة من حيث اعتبار النشر الإلكتروني داعمًا لمبدأ حرية الإعلام عمومًا بعيدًا عن المعايير التي يلتزم بها الصحفي في الصحافة التقليدية، وفي ظل تشديد الرقابة على المادة الصحفية المنشورة إلكترونيًّا، إضافة إلى قضايا التزام الصحف الإلكترونية بالمعايير الأخلاقية والمهنية، وإشكاليات علاقة النشر عبر الشبكة بحقوق المؤلف والرقابة على المصنفات...إلخ.

وفي ظل وجود مثل هذه الهواجس، فإن التفكير في الأطر، والضوابط المهنية، والأخلاقية، والقانونية للبيئة الجديدة للصحافة الإلكترونية يتطلب الاستئناس أولًا بمثيلاتها في الصحافة التقليدية، للنظر في الحقوق المستحقة والواجبات المفروضة على الصحفي أثناء أدائه لمهامه، والنظر ثانيًا في كل الإمكانيات المتاحة لتطبيق القواعد القانونية العامة على وسائل الإعلام الحديثة ومنها الصحافة الإلكترونية. «أما الجوانب التي لا تفي القواعد القانونيـة العامـة بالحاجة إلى تنظيمها، فإنه على الدولة التدخل مـن أجل وضع تنظيـم قانـوني يضمـن عـدم التعـدي على الحقـوق والحريـات الفرديـة جرَّاء الاستخدام المفرط لتلك الوسـائل مـن دون ضوابـط أو حـدود واضحـة».[2]

1.3. الضوابط القانونية والأخلاقية للصحافة التقليدية في خدمة الصحافة الإلكترونية

إن مجمـل الحقـوق التـي يتمتـع بهـا أو يطالـب بهـا الإعلاميون في البيئـة التقليديـة، تنطبـق بشـكل أو بآخـر على الإعلاميين العاملين في البيئـة الإلكترونية الجديـدة، سـواء أكانـت حقـوقًا مهنيـة أو سياسـية أو ثقافيـة أو ماديـة أو معنويـة أو غيرهـا؛ حيـث يحـق للإعلاميين في البيئـة الإلكترونية الجديـدة التمتـع بهـذه الحقـوق، إضافـة إلى مـا تضفيـه عليهـم البيئـة الجديدة من حقـوق لا يتمتع بهـا الإعلاميون في البيئة التقليديـة مثـل هامش

(1) المرجع السابق.

(2) أحمـد الحسبان، "واقـع حرية الـرأي والتعبير فـي ضوء التطـورات التكنولوجية المعاصرة: دراسـة تأصيليـة مقارنة"، مجلـة الحقـوق (مجلس النشـر العلمي، الكويت، العدد 1، السـنة 35، مـارس/ آذار 2011)، ص 337.

حق حرية التعبير، وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات، والحق في التواصل التفاعلي والفوري مع جمهورهم...إلخ، إلا أن هذه الحقوق تحتاج إلى صياغتها في شكل مواثيق وبروتوكولات لضمان تمتع هؤلاء الإعلاميين بها[1]، أسوة بعديد البلدان الأجنبية.

وفي هذا السياق، تجدر الإشارة إلى أن القانون في الولايات المتحدة الأميركية كان سبَّاقًا في منح الصحفي الإلكتروني جميع الحقوق التي يتمتع بها الصحفي الممارس للإعلام التقليدي، وعلى رأسها حقه في الحفاظ على سرية مصادره، على أن تكون مهمته الأساسية هي الصحافة، أي أن تكون مصدر رزقه الأساسي. كما يعتبر القانون المشار إليه أن مهمة الصحفي الإلكتروني هي نشر الأخبار، إضافة إلى التغطية الاستقصائية والتفسيرية للأحداث. إضافة إلى ذلك، فإن البيئة الجديدة للإعلام أضفت بعض المتطلبات التي تمَّ التنصيص عليها كحقوق أساسية للإعلاميين، ومن بينها: الحق في الحفاظ على سرية المعلومات، وعدم الكشف عن كلمة المرور الخاصة بالإعلاميين أو محاولة كسرها، وعدم تتبع تنقلاتهم الإلكترونية أو محاولة معرفة روابط مصادرهم، والحق في حماية أجهزتهم ووسائلهم الإلكترونية من التنصت والاختراق، والحق في الحصول على مزايا لحماية بياناتهم ومعلوماتهم ومصادرهم والوصول إليها من دون عوائق تكنولوجية، والحق في استنباط طرق جديدة للتواصل مع جمهورهم واستخدامها، والحق في إرسال معلوماتهم واستقبالها وتخزينها واسترجاعها بطريقة إلكترونية، والحق في الوصول إلى مصادر المعلومات التي تفرض قيودًا على استخدامها -ما دام الغرض هو القيام بخدمة عامة- والانتفاع بها، والحق في التأهيل المهني والتكنولوجي بما يمكِّنهم من استخدام الوسائط الجديدة بفاعلية، والحق في الحصول على ما يسمى بـ"بدل تكنولوجيا" لتطوير مهاراتهم الرقمية، والحق في العمل على أجهزة متطورة وحديثة، والحق في إيجاد كيانات مهنية إلكترونية محلية وعابرة للدول تسن تشريعات ومواثيق لهم، وتدافع عن حقوقهم، والاعتراف بهذه الكيانات وتمثيلها لهم في الجهات المختلفة.[2]

وفي مقابل الحقوق، يوجد العديد من الواجبات المفروضة على الإعلاميين في البيئة

(1) السيد بخيت، أخلاقيات العمل الإعلامي، (الإمارات، دار الكتاب الجامعي، 2011)، ص 346– 347.

(2) المرجع السابق، ص 347.

التقليدية والتي تنسحب على البيئة الإلكترونية الجديدة أيضًا، «إلا أن ثمة صعوبات في تطبيق بعضها، كما يتخذ بعضها الآخر أشكالًا مختلفة، فضلًا عن وجود العديد من التساؤلات التي لا تزال تحتاج إلى توضيح وإجابات والتي تتصل بكيفية الالتزام بهذه الواجبات في البيئة الإلكترونية خاصة عندما يتعلق الأمر بالإعلاميين الذين يعملون في مؤسسات إعلامية تجمع بين الإعلام التقليدي والجديد».[1]

فالإعلاميون العاملون في المؤسسات الإعلامية التقليدية التي لها مواقع إلكترونية ينتمون مهنيًّا إلى هذه المؤسسات أكثر من انتمائهم إلى الكيانات الإلكترونية، ومن ثم فإنهم لا يزالون يستندون في التزاماتهم المهنية إلى البيئة الإعلامية التقليدية وليس الإلكترونية بالرغم من تغير طبيعة هذه الالتزامات، ومن بينها ضرورة الدفاع عن حرية التعبير الإلكتروني، والحق في ممارسة المهنة الإعلامية الإلكترونية، وعدم التعدي على حقوق المواقع الأخرى، أو تعطيلها عن أداء عملها، أو تحرير مواد أو فيروسات أو روابط قد تؤثر في مصداقيتها وسير العمل بها، والعمل على صياغة مواثيق مهنية تتناسب مع الطبيعة الإلكترونية للعمل الإعلامي، والحرص على تنقية المهنة ممن لا يحترمون ضوابطها الأخلاقية، وعدم التعدي على أسماء الحقول الخاصة بالآخرين، وعدم استغلال المميزات التي توفرها تكنولوجيا البيئة الإلكترونية في الانتقاص من حقوق الآخرين أو مضايقتهم، أو إزعاجهم أو التعدي على ممتلكاتهم أو خصوصياتهم، وعلى تجنب صراع المصالح بين الأعمال الخاصة والعمل الإلكتروني الإعلامي، وعدم استغلال الإمكانات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية التقليدية في تصميم مواقع إعلامية خاصة.[2]

إن الضوابط القانونية والأخلاقية التي توفرها الصحافة التقليدية، وتستمد منها الصحافة الإلكترونية أسس تقنينها وتنظيمها، تبقى غير كافية في ظل وجود عديد الفراغات التشريعية مما يطرح حاجة ملحَّة إلى إصدار تشريعات جديدة خاصة بالإعلام الجديد.

(1) المرجع السابق، ص 348.

(2) المرجع السابق، ص 355.

2.3. حاجة الصحافة الإلكترونية إلى تشريعات جديدة

يعتبر الكثير من المختصين أن الثورة الهائلة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال جعلت كل تشريعات الإعلام في الوطن العربي خارج سياق الزمن، و»برهنت على أن هذه القوانين المتخلفة قد أصبحت عقبة أمام تطوير صناعة الإعلام العربي«[1]، مما يستدعي إقرار تشريعات جديدة تضمن الحريات الفردية والعامة، وتكفل حرية الرأي والتعبير بعد أن فرضت وسائل الاتصال «طرقًا جديدة في التقييد والمنع لم تكن موجودة في السابق، مثل الحد من حرية التعبير، بعد أن أصبحت وسائل التقييد تكنولوجية، وبلغ التقييد حد الوسائل الإعلامية نفسها».[2]

وقد تأثرت الدول العربية بالموجة الدولية الساعية لمراقبة وتقنين وسائل الاتصال الإلكتروني، ووضع اتفاقية دولية لتنظيم مجال الجرائم الإلكترونية، وهي اتفاقية بودابست بتاريخ 23 نوفمبر/ تشرين الثاني 2001 [3]، أي مباشرة بعد أحداث 11 سبتمبر/ أيلول 2001. وتُشكِّل هذه الاتفاقية، والتوجيهات الإرشادية الصادرة عن مجلس أوروبا 1955 [4]، والتوجيهات الإرشادية لمنظمة التجارة العالمية[5]، والتوجيهات الإرشادية لمنظمة

(1) سليمان صالح، "حرية الإعلام في الوطن العربي وتحديات ثورة الاتصال"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز التوثيق والتراث الصحفي، القاهرة، المجلد 1، العدد 1 و2، أكتوبر/ تشرين الأول-ديسمبر/ كانون الأول2009 ، يناير/ كانون الثاني-مارس/ آذار 2010)، ص 143.

(2) حسني محمد نصر، "حرية الصحافة الإلكترونية في ضوء تجارب وسائل الإعلام التقليدية مع دراسة أنماط الرقابة على الإنترنت في العالم العربي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، القاهرة، العدد 25، يوليو/ تموز-ديسمبر/ كانون الأول 2005)، ص 289.

(3) عبد الكريم عبد الله، جرائم المعلوماتية والإنترنيت، مرجع سابق، ص 124-136. وتسمى هذه المعاهدة بمعاهدة المجلس الأوروبي، رقم 185، حول جرائم الفضاء السيبراني أو معاهدة بودابست بتاريخ 23 نوفمبر/ تشرين الثاني 2001.

(4) التوجيه الإرشادي رقم: 95/ 46/ EC الصادر عن البرلمان والمجلس الأوروبي بتاريخ 24 أكتوبر/ تشرين الأول 1995، كما أن هناك توجيهًا آخر رقم: 2002/ 58/ EC الصادر عن البرلمان الأوروبي بتاريخ 12 يوليو/ تموز 2002.

(5) بولين أنطونيو أيوب، الحماية القانونية للحياة الشخصية في مجال المعلوماتية: دراسة مقارنة، (بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية، 2009)، ص 304-308.

التعاون والتنمية[1]، النواة الأساسية لظهور قانون دولي للإنترنت.[2]

كما واكبت البلدان العربية النقاشات الدولية المتعلقة بضرورة إيجاد قواعد قانونية تنظِّم تكنولوجيا الإعلام الحديثة، وتواجه الأضرار الناتجة عن الجرائم والمخالفات المرتكبة بواسطة وسائل الإعلام والاتصال الإلكترونية، والإنترنت على وجه الخصوص. وقد لجأت، في هذا السياق، إلى وضع قواعد قانونية إقليمية ذات طابع دولي لمحاصرة هذه الجرائم والمخالفات والخروقات، واختصرت ذلك في «القانون العربي النموذجي الموحَّد الذي صيغ عام 2004[3]، وأعيد سَنُّ مضامينه في القوانين العربية الخاصة بمكافحة الجرائم الإلكترونية. «كما تجدر الإشارة إلى اهتمام وثيقة البث الإذاعي والتلفزي العربية، الصادرة عام 2008 عن مؤتمر وزراء الإعلام العرب، بوضع أُسس قانون عربي للإعلام؛ حيث تضمنت الوثيقة إشارات عن تنظيم وسائل الإعلام الإلكتروني، وإرساء بعض قواعد القانون العربي للإعلام الإلكتروني. وتُوِّجت هذه الإرهاصات بإصدار اتفاقية جديدة مكمِّلة، تُشدِّد على بعض قواعد هذا القانون، وهي اتفاقية «الجريمة الإلكترونية العربية، التي تعتبر صدى لاتفاقية بودابست والتشريعات العربية الداخلية الخاصة بالجرائم الإلكترونية».[4]

وتكثَّفت الجهود من أجل وضع أسس جديدة للإعلام الإلكتروني بعد ثورات الربيع العربي؛ حيث ظهرت قوانين جديدة خاصة بالصحافة الإلكترونية، أو قوانين شاملة للصحافة والنشر عمومًا، مع إيراد تفصيلات وتدقيقات خاصة بالإعلام الإلكتروني. وظهر هذا التوجُّه في عدد من الدول العربية مثل تونس ومصر، والأردن والمغرب والجزائر والكويت؛ حيث تمَّت دَسْتَرَة الإعلام الإلكتروني بالنص عليه في صلب دساتير الموجة الدستورية الجديدة لما بعد الربيع العربي، والاكتفاء بالإشارة إلى حرية التعبير وحرية الإعلام، والحق في الإعلام والوصول إلى المعلومة في بعضها الآخر.

---

(1) Claudine Guerrier, Droit et sécurité des télécommunications (Springer, 2000), 151.

(2) Georges Chatillon, le droit international de l’internet (Bruxelles: Bruylant, 2002), 158.

(3) فاضل طلال العامري، حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية، (مصر، هلا، 2011)، ص 119-131.

(4) علي كريمي، "التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية: سياقاته وأهدافه"، مركز الجزيرة للدراسات، 15 مايو/أيار 2016، (تاريخ الدخول: 2 سبتمبر/أيلول 2018)، https://bit.ly/2IWl9qU.

ففي تونس ومصر اللتين عاشتا تجربة الربيع العربي، تمَّ تسجيل الكثير من المحاولات والمبادرات من أجل تقنين الصحافة الإلكترونية. ففي مصر، لعب الاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية، منذ مارس/ آذار 2010، دورًا مهمًّا من أجل وضع ميثاق شرف مهني للعاملين في مجال الإعلام الإلكتروني على الصعيد العربي، ومن ضمنهم الصحفيون الإلكترونيون المصريون. ثم عملت نقابة الصحفيين الإلكترونيين، التي وُلدت من رحم الثورة، على «وضع مسوَّدة مشروع قانون، عُرض على المجلس العسكري في «مؤتمر الإعلام والتحدي والريادة»، الذي عُقِد في 8 يونيو/ حزيران 2011، وصدرت عنه توصية تُشدِّد على واجب تنظيم نشاط النشر الإلكتروني. كما شدَّدت على ضرورة حماية المجتمع من الممارسات الخاطئة، وأكدت على حقوق وواجبات العاملين في مجال النشر الإلكتروني، وضمان حماية الملكية الفكرية الإلكترونية للأشخاص، وحفظ حق المجتمع. ونظرًا لحصول تطورات سياسية لاسيما بعد إجراء الانتخابات البرلمانية، تم سحب القانون من البرلمان من طرف النقابة مخافة إفراغه من محتواه التقدمي بفعل التعديلات التي قد تُدخلها عليه الأغلبية البرلمانية (الإخوان المسلمون والسلفيون)، عقب فوزها في الانتخابات التشريعية، مخافة التضييق على هامش حرية الإعلام الإلكتروني».(1)

وبعد يونيو/ حزيران 2013، فُسح المجال أمام إعادة النظر في دستور 2012، حيث طال التغيير المادة 48 منه، ليوضع أساس دستوري يتم بموجبه التمييز بين مختلف وسائل الإعلام (صحافة مكتوبة وإعلام سمعي بصري وإعلام إلكتروني). وأصبحت المادة 70 من الدستور، الذي تم إقراره في يناير/ كانون الثاني 2014 عبر استفتاء شعبي، تنص بصريح العبارة على: «أن حرية الصحافة والطباعة والنشر الورقي والمرئي والمسموع والإلكتروني مكفولة للمصريين، من أشخاص/ شخصيات/ طبيعية أو اعتبارية عامة أو خاصة، وحق ملكية وإصدار الصحف، وإنشاء وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، ووسائط الإعلام الرقمي، وتَصدُرُ الصحف بمجرد الإخطار على النحو الذي ينظِّمه القانون. وينظِّم القانون إجراءات إنشاء وتملُّك محطات البث الإذاعي والمرئي والصحف الإلكترونية».(2)

أما بالنسبة للتجربة التونسية، فقد تنامت حرية التعبير هي الأخرى بعد ثورة 14 يناير/

---

(1) المرجع السابق.

(2) المرجع السابق.

كانون الثاني 2011، وتطورت عبر مختلف وسائل الإعلام الورقية والسمعية البصرية، وازدادت معها حرية الإنترنت، والإعلام الإلكتروني. لكن في المقابل، لا يزال الإطار القانوني مقصورًا على المرسوم عدد 115 للصحافة والطباعة والنشر، الصادر في 2 نوفمبر/ تشرين الثاني 2011، الذي يبقى غير كاف لتنظيم قطاع الصحافة الإلكترونية مما استوجب الالتجاء إلى أحكام المجلة الجزائية[1]، التي تُطبَّق على النشر الإلكتروني عبر الإنترنت، وعبر الإنتاج متعدد الوسائط.

إن أحكام المجلة الجزائية التونسية تطبَّق على مستعملي الإنترنت ومنتجي الوسائط المتعددة إذا استخدموا هذه الوسائل في الاعتداء على النظام العام، والحياة الخصوصية للآخرين، والحث على الكراهية، ودعارة الأطفال، والدعوة إلى الإرهاب والعنصرية والإشادة بالحروب، وكل ما هو منصوص عليه في اتفاقية بودابست، والبروتوكول الإضافي الملحق بها والمكمِّل لها، وفيه تمت الإشارة إلى تجريم أعمال التمييز العنصري، وكره الأجانب، والتمييز الديني والعِرقي، وجرائم الإبادة ضد الإنسانية، المرتكَبة بواسطة أنظمة الحاسوب.[2]

وطالت موجة تقنين الإعلام الإلكتروني دول المشرق العربي أيضًا، على إثر أحداث الربيع العربي؛ حيث شهد الأردن إدخال تعديلات على قانون المطبوعات والنشر في سنة 2012، و»أُدمجت هذه التعديلات في القانون رقم 8 لسنة 1998، الذي يُشار إليه بالقانون الأصلي، فأعطانا قانونًا جديدًا ضمن مشمولاته قضايا تنظيم وسائل الإعلام الإلكتروني. لكن هذا التعديل وردت به قيود قانونية، وتشوُّهات بنيوية، لذلك سجَّل عليه وضدَّه الفاعلون في الإعلام الإلكتروني عدَّة مؤاخذات، على رأسها أنه وُضع دون استشارتهم أو استشارة من يمثِّلهم، كما وُضِع دون مراعاة تكييفه مع القوانين الأخرى الداخلية. وقد خالفت هذه التعديلات بنود الدستور والمعاهدات الدولية بفرضها مزيدًا من القيود على حرية الإعلام والتعبير عبر الإنترنت».[3]

أما مزايا القانون الأردني الجديد فتتعلق بالأساس بإحداث غرف قضائية متخصصة تتولى النظر في قضايا المطبوعات والنشر بشقيها الجزائي (جرائم النشر)، والمدني (دعوى

(1) المرجع السابق.

(2) المرجع السابق.

(3) سوسن زيادة، "ترخيص المواقع الإخبارية، قيود قانونية وتشوهات بنيوية"، موقع حبر، 3 نوفمبر/ تشرين الثاني 2014، (تاريخ الدخول: 2 سبتمبر/ أيلول 2018)، https: / /bit.ly /2qScDRt.

التعويض المدني)، وهو نفس الإجراء الذي تبناه القانون المغربي والذي يقضي بإحداث غرف متخصصة مكلفة بالبت في قضايا الإعلام.[1] «وتكمن أهمية القانون في إسناد البتِّ في القضايا المتعلقة بالإعلام إلى قضاة متخصصين في شؤون الإعلام يفهمون، ويستوعبون طبيعة العمل الإعلامي ومشكلاته، وصعوباته، مع تقدير كون احتمالات الخطأ كثيرة وجدَّ واردة فيه».[2]

وفي المقابل، يطرح القانون الأردني، وكل القوانين في البلدان العربية تقريبًا، إشكالًا جوهريًّا حيث يصنفون «المطبوعة الإلكترونية شخصية اعتبارية مثلها مثل سائر المطبوعات الدورية، مع العلم بأنها ليست كذلك، بل هي إحدى الخدمات التي تُقدِّمها الإنترنت. والإنترنت -كما هو معلوم- عبارة عن شبكة معلومات دولية (فضاء افتراضي) لا يمكن لا تقنيًّا ولا قانونيًّا إخضاعه لقواعد الترخيص في أية دولة من العالم».[3]

إن ما جاء في التشريعات العربية من قواعد ومبادئ لتنظيم الصحافة الإلكترونية يقف شاهدًا على مدى تأثر الأنظمة العربية بواقع التحولات التي عرفتها مجتمعاتها بعد ثورات ما يسمى بالربيع العربي، وتطورات التكنولوجيات الحديثة التي غزت كل المجالات، وعلى رأسها مجال الصحافة الإلكترونية. ولكن على الرغم من كل محاولات الإصلاح التي حاولت البلدان العربية القيام بها على مستوى تشريعاتها الإعلامية التي مسَّت كل المحامل الاتصالية المكتوبة، والمسموعة، والمرئية، والإلكترونية، إلا أن هذه الأخيرة ما زالت تحمل الكثير من التحديات التي يمكن أن تعصف بالصحافة كمهنة. و»يتقدم هذه التحديات، إلى جانب قضية الأخلاقيات وعمليات السطو على حقوق التأليف والنشر الخاصة بالآخرين، واهتزاز المصداقية والثقة بكثير مما يتم تناوله من أخبار ومعلومات عبر الصحافة الإلكترونية[4]، تلك العلاقة المشبوهة بين السياسة والإعلام الإلكتروني والتي تهدد عديد الديمقراطيات «فالعديد من السياسيين يستخدمون اليوم التكنولوجيا لتقويض الديمقراطية والتدخل في

(1) المرجع السابق.

(2) كريمي، "التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية: سياقاته وأهدافه"، مرجع سابق.

(3) المرجع السابق.

(4) جمال محمد غيطاس، "مدخل إلى الصحافة الإلكترونية"، مجلة الدراسات الإعلامية (المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، القاهرة، العدد 114، يناير/ كانون الثاني-مارس/ آذار 2004)، ص 222.

المسارات الانتخابية، وما الأخبار الزائفة المليئة بالكذب إلا جزء من هذه الاستراتيجية»[1].

وقد ندَّد العالم والأكاديمي البريطاني مخترع شبكة الإنترنت العالمية، تيم بيرنرز لي (Tim Berners Lee)، بهذا الانحراف وحذَّر من وقوع عالم الإنترنت تدريجيًّا تحت هيمنة الحكومات والشركات الرقمية، ومن اختناق الإنترنت جرَّاء استغلال المعطيات الشخصية.

كما أبرز الخطر الوخيم الذي يشكِّله تسويق المعلومات الكاذبة على السياسة؛ «ففي رسالة مفتوحة نشرها يوم 12 مارس/ آذار 2017، بمناسبة الذكرى 28 لإنشاء شبكة الإنترنت، أشار بيرنرز لي إلى أن انتخابات عام 2016 في الولايات المتحدة الأميركية شهدت تقديم ما لا يقل عن 50.000 نوع من الإعلانات يوميًّا على شبكة الفيسبوك؛ حيث أصبح من المستحيل تقريبًا رصد ما يحدث. وهناك إيحاءات بأن بعض الإعلانات السياسية، في الولايات المتحدة وحول العالم، تمَّ استخدامها بطرق لا أخلاقية لتوجيه الناخبين إلى مواقع الأخبار الزائفة، أو للحث على هجر صناديق الاقتراع ...إلخ»[2].

«وتقف شركات التكنولوجيا العملاقة التي تهيمن على ساحة الإعلام الجماهيري، مثل: غوغل، وفيسبوك، وأمازون، وتويتر، وراء ذلك، تمامًا مثلما تقف وراء ترويج سلسلة من الفضائح، والمعلومات الزائفة منها الغضب من فرض الرقابة على الصور الشهيرة، والبث المستمر لمشاهد التعذيب والقتل، والشكاوى التي رفعتها الشّركات الكبرى إثر نشر إعلاناتها على مواقع الدعوة إلى الإرهاب، والكراهية والاعتداء الجنسي على الأطفال في جوٍّ خال تمامًا من القيم؛ فهي لا تعير أية أولوية للمعلومات باعتبارها مصلحة عامة كما هي الحال مع الصحافة المهنية، ولا تميز في سياستها التسويقية، بين الإنتاج الصحفي وغيره من المعلومات حتى لو كانت مسيئة للأفراد، والحياة العامة»[3].

وأمام هذه التجاوزات التي تحصل على شبكة الإنترنت وما يُبث من أخبار زائفة، قامت بعض الحكومات، بما في ذلك حكومات البلدان الديمقراطية، بإنذار شركات الخدمات التكنولوجية بتسليط عقوبات مالية عليها إن لم تقم بالإجراءات اللازمة لسحب المعلومات

(1) آيدن وايت، "أخلاقيات مهنة الصحافة تعود إلى الواجهة"، اليونسكو، يوليو/ تموز-سبتمبر/ أيلول 2017، (تاريخ الدخول: 2 سبتمبر/ أيلول 2018)، https: / /bit.ly /2r5H5Yy.

(2) المرجع السابق.

(3) وايت، "أخلاقيات مهنة الصحافة تعود إلى الواجهة"، مرجع سابق.

الضارة والخطيرة من مواقعها، مما سبَّب قلقًا في العديد من الأوساط حول احتمال الحد من حرية الرأي والتعبير، في ظل عدم وجود استعداد جدي من قبل هذه الشركات لدعم القواعد الأخلاقية للاتصال على الشبكة. وأمام هذه الوضعية، يذهب الكثير من المختصين في مجال الإعلام والاتصال إلى ضرورة دعم مواثيق الشرف الأخلاقية في البيئة الإعلامية الإلكترونية، تجاوزًا لشبه الفراغ القانوني في التشريعات العربية في هذا المجال عمومًا، وحفاظًا على الحد الأدنى من المعايير المهنية، والضوابط الأخلاقية الضامنة لاستمرارية قطاع الإعلام الإلكتروني.

3.3. مواثيق الشرف الأخلاقية في البيئة الإلكترونية وحل التعديل الذاتي

وضعت نقابات الصحفيين في معظم الدول العربية مواثيق شرف صحفية تصلح أن تكون هي نفسها مواثيق الشرف التي يُطلب أن يلتزم بها كل الصحفيين في الصحف الإلكترونية. كما أن لوائح نقابات الصحفيين تتيح محاسبة الإعلاميين الذين يرتكبون جرائم صحفية؛ فقد منحت بعض القوانين في عدد من البلدان العربية على غرار مصر[1] «النقابة الحق في التحقيق مع الصحفيين الذين ينتهكون مواثيق الشرف الصحفية، ومنحها حق إصدار العقوبات الملائمة من دون اللجوء إلى المحاكم والقضاء».[2]

وساعد ظهور العديد من المنظمات في العالم على غرار شبكة الصحافة الأخلاقية التي تم إنشاؤها منذ خمس سنوات، أو مبادرة الصحافة الأخلاقية للاتحاد الدولي للصحفيين على دفع أخلاقيات العمل الإعلامي، والمساعدة على تنظيم قطاع الصحافة الإلكترونية. وتُعدُّ شبكة الصحافة الأخلاقية من أهم الشبكات في العالم؛ وهي ائتلاف يضم أكثر من ستين مجموعة من الصحفيين، والمحررين وأصحاب الصحف ومجموعات الدعم الإعلامي. وتشجع الشبكة على أنشطة التدريب والقيام بالإجراءات العملية لتعزيز الأخلاقيات والحوكمة. وقد أصدرت الشبكة عديد التقارير بشأن «تطوير نماذج اختبارية للصحف للكشف عن خطاب الكراهية، أو وضع مبادئ توجيهية بشأن تغطية النزاعات، أو الممارسات الصحفية المخفية أو تلك المتعلقة بتحديات التعديل الذاتي».[3]

---

(1) انظر قانون تنظيم الصحافة المصري رقم (96) لسنة 1999.

(2) اللبان، "الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد"، مرجع سابق.

(3) وايت، "أخلاقيات مهنة الصحافة تعود إلى الواجهة"، مرجع سابق.

وتعتبر الشبكة أن الالتزام بمراقبة أسلوب التعبير واحترام الحقائق ليس حكرًا على الصحفيين، بل يتحتَّم على كل من لديه ما يقوله على الساحة الاعلامية أن يتشبث بالمعايير الأخلاقية، «وتشير شبكة الصحافة الأخلاقية إلى أن القيم المهنية للصحافة -كالتمسك بالحقائق، والروح الإنسانية واحترام الآخرين والشفافية والإقرار بالأخطاء- هي مبادئ أساسية ينبغي أن يقتدي بها الجميع، بمن في ذلك مستخدمو الوسائط الاجتماعية، والصحفيون المدنيين، ولابد لهذا السلوك أن يكون طوعيًّا وناتجًا عن قناعة وليس بإملاء القانون».[1]

وتذهب مبادرة الصحافة الأخلاقية التي أطلقها الاتحاد الدولي للصحفيين -والذي يضم ما يزيد عن 600 ألف صحفي في 131 دولة حول العالم- إلى أن قيمًا أساسية مثل الدقة والاستقلالية والمعالجة المسؤولة للخبر- التي تطورت على مدى الـ150 سنة الماضية- تبقى قيمًا ثابتة وعلى نفس الأهمية، حتى في هذا العصر الذي تطغى عليه الرقمنة، معتبرة أن الصحافة الأخلاقية على حق، ليس فقط لأنها تعمل من أجل الصالح العام، ولكن لأنها أيضًا هي الطريق لبناء مستقبل طويل الأمد لدور قطاع الإعلام في إرساء الديمقراطية.

وتعتبر هذه القيم جزءًا من المبادئ[2] «التي تتضمنها مواثيق الشرف الأخلاقية في البيئة الإعلامية عمومًا، والتي تستند بدورها إلى المبادئ الأخلاقية العامة المقرَّة في المواثيق والإعلانات والمعاهدات العالمية، كالدقة، والمصداقية في المعلومة، والموضوعية والنزاهة والتزام استقلالية التغطية الإعلامية، واحترام الحقيقة وحرية التعبير، ومراعاة التوازن والإنصاف والتعددية، وإعطاء مكونات المجتمع فرصة التعبير في الوسيلة الناشرة بالرد والتصويب، إن تناولتهم في خبر أو بحث أو صورة، أو كان من شأنها الإساءة إليهم.

وتُلزم مواثيق الشرف الإعلاميين ومؤسسات الإعلام عمومًا بعدم الخضوع للسلطة والتنظيمات السياسية، ومراعاة خصوصيات الجمهور، أفرادًا وجماعات، واحترام حقهم في الحصول على المعلومات، وعدم التمييز بين فئات الجمهور بسبب الدين أو الطائفة أو المذهب أو العِرق أو اللغة أو الجنس أو الثقافة أو اللون، واحترام حرية الفكر والمعتقد والتعبير، وتعزيز المشاركة والتواصل بين المؤسسة الإعلامية والجمهور. كما تُلزم الإعلامي بأن يحرص

---

(1) المرجع السابق.

(2) تمَّ الاستئناس بالكثير من الروابط وخاصة الرابط التالي https: //www.enabbaladi.net /about-us للخروج بميثاق شرف متناسق، وواضح المعالم.

على القيام بعمله بطريقة أخلاقية ومهنية، مخلصة للصدقية والنزاهة، وأن يميز فيما ينشره -كمادة إعلامية- بين الخبر وأفكاره الشخصية، منعًا للالتباس، وإفساحًا في المجال للمتلقي، واحترامًا له، ليشكِّل لنفسه وبنفسه قناعاته الشخصية.

وفي ممارسته لعمله، يلتزم الإعلامي باحترام المبادئ العامة الأساسية المعلن عنها في المعاهدات والمواثيق والإعلانات الدولية والعربية، وخاصة منها ما يتعلق بحفظ كرامة الإنسان، وصون حقوق الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة وفاقدي الأهلية لأسباب قانونية أو صحية، والتعامل مع الأطفال والقاصرين بحذر أثناء التغطية، وعدم استغلالهم أثناء العمل الإعلامي، مع ضرورة التوسع في ذكر المحاذير المتعلقة بالأطفال خلال التغطية الإعلامية، وبالتحديد، تلك التي تنص عليها اتفاقية حقوق الطفل. ويمتنع الإعلامي عن نشر أية مادة إعلامية من شأنها أن تشجع على الجريمة أو العنف أو خطاب الكراهية، أو التحريض الطائفي أو الإثني أو الجهوي أو المناطقي، أو التفكُّك الأسري، أو العنف ضد المرأة، أو الاتجار بالبشر. ويسعى الإعلامي إلى تحقيق العدالة والسلم الأهلي والعالمي.

ويلتزم الإعلامي أثناء ممارسته لعمله، بما يلي:

- «تحرِّي الحقيقة والسعي وراء بلوغها، ونقل الوقائع بصدق وأمانة بدون تجاهل، أو اجتزاء.

- توخي النزاهة المهنية، والعمل على تكريس مبدأ المصلحة العامة، وتغليبها على مصلحة مؤسسته الإعلامية أو مصلحته الشخصية.

- احترام مبدأ الخصوصية، وعدم إلحاق الضرر بالأفراد أو المؤسسات جرَّاء النشر الصحفي، واحترام رغباتهم أو رغبة ذويهم في عدم الإفصاح عن أسمائهم، أو عناوينهم لأسباب معنوية أو أمنية.

- عدم إطلاق الأحكام المسبقة، وتوخي الدقة والوضوح في المصطلحات والتعابير المستخدمة في التغطية الصحفية.

- عدم استغلال الوضع الاجتماعي والإنساني والاقتصادي في مناطق التغطية.

- ذكر المصادر وتحديدها بدقة، والإشارة إلى أسباب التحفظ على ذكرها عند الحاجة

إلى إخفائها، وحماية المصادر والشهود، وعدم الإفصاح عن شخصياتهم باستثناء الضرورات القانونية.

- الامتناع عن نشر الصور ومقاطع الفيديو التي تسيء إلى حرمة وكرامة الضحايا (موتى أو جرحى).

- احترام حقوق الطبع والنشر والتأليف، والإشارة إلى المصادر عند الاقتباس.

- إبلاغ الجمهور عن الحالات التي تخفي فيها السلطات جزءًا من المعلومات، والتي ينجم عن إخفائها ضرر بالمصلحة العامة.

- التمييز بين مواد الإعلان والدعاية والرعاية وبين المواد الصحفية، والامتناع عن الترويج لمنتج أو سياسة أو تنظيم عبر تقديمها على أنها مادة صحفية أو إخبارية.

- تجنب التحقير، والقدح، والذم بالأفراد أو الجماعات أو المؤسسات والهيئات».

ويجب أن يُعهد بمتابعة مواثيق الشرف إلى هيئات مستقلة، مثل تلك التي بدأت تسجل حضورها في بعض البلدان العربية على غرار المجلس الوطني المغربي للصحافة بالمغرب، أو تركيبة هيئة مجلس الصحافة المؤقتة بتونس التي تم إعلان تشكيلها في أبريل/ نيسان 2017. ويعتبر نقيب الصحفيين التونسيين، ناجي البغوري، أن إعلان ميلاد مجلس الصحافة المؤقت هو تجربة رائدة ومشروع طموح يستند إلى مدونة سلوك غير مسقطة ونابعة من الممارسة المهنية، في غياب هيئات، وهياكل تعديلية للصحافة المكتوبة والإلكترونية.

وتشير بعض التجارب العربية الخاصة بتنظيم قطاع الصحافة الإلكترونية في فترة ما بعد الربيع العربي، إلى أن البعض من البلدان العربية يتجه نحو تبني التعديل الذاتي، أي تنظيم الصحافة ومساءلتها، استنادًا إلى بعض التجارب الأجنبية وعلى رأسها التجربة البريطانية في هذا المجال. ففيما يتعلق بعملية التنظيم الذاتي وإدارة أي نزاع قد ينشب بسبب المحتوى الخبري للصحيفة، فهناك -في بريطانيا- ما اصطُلح على تسميته بالتجربة الأطول والمتمثلة في المبادرة الطوعية للصحف البريطانية التي بدأت مع إنشاء «مفوضية الشكاوى الصحفية» منذ عام 1990، لتكون منبرًا لحلِّ الخلافات بين الجمهور العام والصحف وفقًا لأحكام «مدونة

الممارسة الصحفية»، وهي مدونة تماثل ميثاق الشرف الصحفي الذي طال انتظاره في مصر.

ويرجع تاريخ مدونة السلوك هذه إلى عام 1936 بجهود بذلها «اتحاد الصحفيين البريطانيين»، الذي يماثل نقابة الصحفيين في مصر وبعض الدول العربية، والذي تأسس عام 1907 ويبلغ عدد أعضائه الآن نحو 40 ألف صحفي. وبلور الاتحاد مدونة للأخلاق الصحفية سرعان ما تطورت لتشكِّل العمود الفقري لأسلوب التنظيم الذاتي منذ عام 1953.

وبعد مرور نحو عامين من صدور تقرير القاضي ليفيسون في أواخر 2012، تأسس تنظيم ذاتي جديد هو «منظمة معايير الصحافة المستقلة» بدلًا من «مفوضية الشكاوى الصحافية»، ويعتمد التنظيم الأخير في عمله على بنود «مدونة الممارسة الصحفية»[1] نفسها.[2]

إن الالتزام بمواثيق الشرف في البيئة الإلكترونية العربية تحت إشراف هيئات مستقلة قادرة على ضبط عملية التنظيم الذاتي وإدارة النزاعات من أهم الحلول لبناء مجتمعات أكثر استنارة وأكثر اندماجًا، بعد أن أصبحت قاعات التحرير تعاني الصعاب للحفاظ على قاعدتها الأخلاقية، في ظل تضخم «المشاكل التي كانت تشغلها دومًا مثل التحيز السياسي، وتسلط المؤسسات غير المشروع، والقوالب النمطية وتضارب المصالح».[3]

(1) تشمل هذه المدونة 16 بندًا، جرى صياغة كل منها بلغة منضبطة ومحددة. وأول هذه البنود وأهمها هو بند الدقة؛ ويقضي بأن تميز الصحف في التغطية الخبرية بين عناصر ثلاثة هي التعليق والتخمين والحقيقة. وتحذر المدونة من نشر أي أخبار "غير دقيقة أو مضللة أو مشوهة"، وهو ما ينطبق على نشر الصور أيضًا. وتلزم المدونة الصحف بضرورة الاعتذار والتصحيح في حالة اكتشاف أي عيب قد يصيب دقة الأخبار المنشورة. كما أوردت المدونة حق أي متضرر في الرد.

(2) أحمد زكي عثمان، "تنظيم الصحافة ومساءلتها: بعض ملامح الخبرة البريطانية"، الصوت الحر، 18 يناير/ كانون الثاني 2015، (تاريخ الدخول: 2 سبتمبر/ أيلول 2018)، https: / /bit.ly /1I9gFd6.

(3) وايت، "أخلاقيات مهنة الصحافة تعود إلى الواجهة"، مرجع سابق.

خاتمة

إن الصحافة الإلكترونية في العالم العربي وعلى الرغم من نجاحها في فرض نفسها كوسيلة إعلامية جديدة، واعدة ومؤثِّرة، ولها دَورٌ كبير في صُنْع الرأي العام وتشكيله، وقدرتها على فتح أبواب كانت مُوصدة أمام التعبير الحر، إلا أنها باتت تُشكِّل اليوم واقعًا إعلاميًّا جديدًا بسياقات مركَّبة تستوجب الرقابة والمساءلة، والتنظيم في ظل غياب لقوانين جامعة وناظمة لعمل المؤسسات الإعلامية الحاضنة للصحافة الإلكترونية، وقادرة على ضبط العملية الإعلامية المتطورة بشكل مستمر ومتسارع، بعد تسجيل حراك شعبي في عدد من البلدان العربية على إثر ثورات الربيع العربي.

وقد حاولنا في هذه الدراسة الموسومة بـ«أخلاقيات المهنة في الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية»، دراسة واقع الصحافة الإلكترونية العربية المليء بالتحولات والذي يفرض وضع قواعد أخلاقية لكل المساهمين فيها، وإقرار مدونات سلوك تشمل كل الأطراف المشاركين في إنتاج مضامينها. هذا الاستنتاج وصلنا إليه بعد أن تمكنَّا من تشخيص الإشكاليات التالية التي تشترك فيها أغلب الصحف الإلكترونية في العالم العربي، وهي بالأساس:

- غياب تشريع محدد يتعامل مع الصحافة الإلكترونية بأبعادها المختلفة، المهنية والفنية والمالية، وعلاقاتها بمؤسسات الدولة.

- عدم وضوح علاقة الأطراف المكونة لقطاع الصحافة الإلكترونية بالنقابات المهنية؛ على اعتبار أن النقابة هي الجهة الأساسية المسؤولة عن قضايا مهنة الصحافة، وأن عدم انتهاء النقابة إلى مفهوم أو تصور محدد لعلاقة المؤسسات الصحفية الإلكترونية أو الافتراضية والصحفيين الإلكترونيين بها، يبقى من المشاكل المطروحة بصفة جدية على أصحاب المهنة.

وبناء على ما تقدَّم، فقد خلصنا إلى أن الإعلام الإلكتروني يجب أن يستمد قواعده الأساسية من الأخلاقيات التي تمَّ إنضاجها في حقل الإعلام التقليدي بمحامله المختلفة المكتوبة والمسموعة، والمرئية. كما أن حقل الصحافة الإلكترونية بمواصفاته التكنولوجية والتواصلية

الجديدة بات يفرض التفكير في منظومة أخلاقيات خاصة به تتفاعل مع التحولات المشار إليها، فضلًا عن الحاجة الملحَّة لتطوير آليات التنظيم الذاتي والرصد، بشراكة مع جمهور مستخدمي الصحافة الإلكترونية، وكذلك شركات التكنولوجيا العملاقة، وذلك انسجامًا مع مقوِّم التفاعلية الذي يطبع هذه الصناعة.

فلو قبلت كبرى شركات التكنولوجيا تقمُّص دور الناشر في هذا العصر الرقمي، والاستفادة من العدد الهائل من الصحفيين الأكفاء والملمين بالأخلاقيات المهنية، الذين شردتهم ثورة المعلومات، فإن جزءًا من انحرافات المشاكل المطروحة على مستوى الأخلاقيات المهنية قد يُحلُّ، إذا علمنا أن تلك الشركات بإمكانها تحمل التكلفة، بعد أن بلغت أسعارها التجارية أرقامًا خيالية.[1]

من جهة أخرى، وحتى لا نبقى أسرى بعض الأفكار السائدة التي تعتبر أن «صحافة الإنترنت» لا تتعدى أن تكون «شغبًا افتراضيًا»، -بدليل عدم توفُّر ممارسيها على تكوين صحافي، مما يفسر عدم احترام كتاباتهم للقواعد المتبعة عادة في الكتابة الصحفية»[2]-، فإن جمعيات المجتمع المدني الممثلة لمديري وكتَّاب المواقع الإلكترونية، وأصحاب المدونات والمنظمات غير الحكومية، على الصعيدين العربي والدولي، بإمكانها المساعدة في هيكلة الحقل الإعلامي الإلكتروني المليء بالإشكالات المتعلقة بالالتزام الأخلاقي، واحترام التقنية التي باتت الهاجس الأكبر لأرباب المهنة في الصحافة الإلكترونية على حساب الضوابط المهنية.

ولئن هُمِّشت الضوابط المهنية للإعلام الجديد، لحساب هوس بالمعايير التقنية التي أصبحت تحتل الجانب الأكبر من اهتمامات المشتغلين بالصحافة الإلكترونية العربية، والبحث عن السبق الصحفي على حساب المعايير المهنية مما فسح المجال واسعًا أمام الشائعات، إلا أن هناك بعض المحاولات لوضع مبادئ لخدمة الصحافة الإلكترونية وصحافييها، بهدف دعم المقاييس والمعايير المهنية، ودفع مبادئ الحرية الصحفية في جمع وتوزيع المعلومات، ومقاومة أية مصلحة شخصية أو أية ضغوط من زملاء المهنة قصد التأثير على الواجب الصحفي أو الإخلال بخدمة الجمهور، والمصلحة العامة.

---

(1) في أوائل عام 2017، قُدِّر السعر التجاري لفيسبوك بحوالي 400 مليار دولار، أما سعر غوغل فقد فاق 600 مليار دولار. للتوسع، انظر وايت، "أخلاقيات مهنة الصحافة تعود إلى الواجهة"، مرجع سابق.

(2) علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية، (عمان، دار اليازوري، 2014).

وبالنظر إلى تجارب عديد البلدان المتقدمة، فإن إقرار المساءلة الإعلامية التي تحقق التوازن بين حقوق الفرد والمجتمع وحق الصحفي في حرية التعبير من خلال مجالس صحفية ولجان إعلامية مستقلة وذات مصداقية، قد يكون أحد دعائم أخلاقيات العمل الإعلامي في الصحف الإلكترونية العربية، دون أن يعني ذلك طبعًا استبعاد دور القانون في تحسين جودة هذه الصحافة.

الفصل السـابع

ميكانيزمات التعايش والتنافس بين الصحافة الإلكترونية العربية ومنصات الإعلام الاجتماعي

فاطمة الزهراء السيد

أستاذ الصحافة المشارك بكلية الإعلام في جامعة القاهرة

ما من شك في أن واقع الصحافة الإلكترونية في عالم اليوم بصفة عامة وفي منطقتنا العربية بشكل خاص يشير إلى وجود العديد من الإشكاليات والتحديات التي فرضها بالأساس ظهور وتطور وسائل التواصل الاجتماعي بشبكاتها وتطبيقاتها المتعددة، والتي باتت تستحوذ على نصيب متضاعف من عمليات إنتاج/ تداول/ استهلاك المحتوى الإعلامي بكافة أشكاله.

وتسعى هذه الدراسة باستخدام منهج التحليل من المستوى الثاني (Second-Level Analysis) إلى رصد وتحليل الدراسات التي اهتمت بهذه الإشكالية بهدف بلورة أهم الاتجاهات النظرية في هذا الشأن وتقديم بعض التفسيرات التي قد تسهم في الإحاطة بالمتغيرات الحاكمة لهذا الواقع وتطوراته المرتقبة مستقبلاً وذلك من خلال الإجابة بشكل محدد على التساؤلات التالية:

1- ما مظاهر الحالة التنافسية التي تعيشها الصحافة الإلكترونية العربية؟

2- ما طبيعة التحديات التي تواجهها؟ وما مدى تأثيرها على الأداء المهني؟

3- ما أشكال التعايش الممكنة بين الصحافة الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي؟

4- إلى أين تتجه المسارات المستقبلية للعلاقة بين النمطين الإعلاميين؟

ولعل من المنطقي أن يبدأ التحليل بإلقاء الضوء على حقل إيكولوجيا الإعلام وكيف يسهم في فهم الخرائط الاتصالية وأدوار الفاعلين فيها وبخاصة الأدوار التي تدفعنا وسائل الإعلام إلى القيام بها وكيف تقوم بتشكيل العالم الذي نراه ونفكر فيه ولماذا تجعلنا نشعر ونتصرف بطرائق معينة.

إيكولوجيا الإعلام: دراسة البيئات كوسائط أم دراسة الوسائط كبيئات؟

منذ ثمانينات القرن الماضي تنامت فكرة استخدام الاقتراب الإيكولوجي في دراسة العلوم الاجتماعية والإنسانية نظرًا لما يمكن أن يقدمه من تفسيرات للتغييرات الديناميكية التي تحدث في طبيعة العلاقات التي تربط بين الكائنات/ المتغيرات التي تعمل معًا في نطاق حيوي/ إنساني معين. وظهرت العديد من الدراسات التي تؤسس لمفهوم «إيكولوجيا الإعلام» وتضع تعريفات محددة له بهدف تأطير معناه في نطاقات تطبيقية بعينها. وقد أسَّست كتابات نيل

بوستمان (Neil Postman) ومارشال ماكلوهان (Marshall McLuhan) (1970) لمفهوم «إيكولوجيا الإعلام» باعتبار أن الوسائل الإعلامية الجديدة تساعد القديمة على إعادة تعريف نفسها وما يمكنها تقديمه من إشباعات للجمهور[1]؛ حيث رأى ماكلوهان أن «الرسالة هي الوسيلة» باعتبار أن الوسيلة هي أداة تقنية يتم إنتاجها في سياق ثقافي معين يحدد كذلك نمط الممارسة السياسية وأشكال التنظيم الاجتماعي والطرائق المتبعة في التفكير. وخلال العصر الرقمي تمت ترقية البيئة الإعلامية القديمة إلى ما يشبه الأشكال الفنية باستخدام التطبيقات التكنولوجية الجديدة.

وأكد نيل بوستمان (1931– 2003)، الذي يُعَدُّ أحد الآباء المؤسسين للمنظور الإيكولوجي في الدراسات الإعلامية، في خطبته الافتتاحية لمؤتمر جمعية إيكولوجيا الإعلام بنيويورك عام 2000، أن مجمل ما توصل إليه عبر مختلف الدراسات أن الوظيفة الأساسية لتطبيق هذا المنظور هو إثراء المعرفة الإنسانية حول ما يجب أن نمارسه كبشر وما ينبغي علينا الالتزام به من أخلاقيات خلال رحلة وجودنا على الأرض، ومن يتصور من باحثي إيكولوجيا الإعلام أن هناك أولوية وظيفية مغايرة لهذا العلم فقد جانبه الصواب[2]. ووضع بوستمان الإعلام في مقابل الإيكولوجيا للتأكيد على أن التفاعل بين الإنسان والإعلام هو الذي يعطى للثقافة خصائصها المميزة ويحفظ لها نوعًا من التوازن الرمزي. أي إن التطورات التكنولوجية والثورات المعلوماتية في القرنين التاسع عشر والعشرين هي التي أنتجت الواقع الإعلامي الذي نعيشه الآن. وكما أشار والتر جاكسون أونج (Walter Jackson Ong)، والذي يمثِّل الضلع الأخير في مثلث العلماء المؤسِّسين للمنظور الإيكولوجي في الدراسات الإعلامية، فإن الشغف بالإيكولوجيا هو تجسيد لحالة جديدة من الوعي بمتطلبات النظم المفتوحة، ولا ينشأ هذا الوعي إلا من خلال ملاحظة خارجية لمكونات النظام لأن النظر من الداخل يعطِّل القدرة على الإحساس بديناميكية العلاقة بين مكوناته.[3]

(1) Lance Strate, “Introduction to media ecology as a field of study, Chapter 1”, Hampton Press, (2006): 15-20, “accessed December 15, 2018”. https://bit.ly/2WAnQox.

(2) Neil Postman, “The humanism of media ecology”, (Paper presented at the Proceedings of the Media Ecology Association, 2000), “accessed December 17, 2018”. https://bit.ly/2tcobAP.

(3) Walter. J. Ong, Orality and Literacy: The Technologizing of the Word, 2nd ed. (New York: Routledge, 2002), 80-82.

ويشير شترات لانس (Strate Lance) في كتابه «إيكولوجيا الإعلام: محاولة لفهم الوضع الإنساني» إلى أن النقطة التي يجب أخذها في الاعتبار هي أن الإعلام غير محايد؛ لأن كل تكنولوجيا لها تحيزاتها، وادعاء الحياد ما هو إلا خرافة لا أساس لها من الصحة. بل إن كل عناصر الكون الذي نعيش فيه لها تحيزاتها الخاصة بها. وهذا يعني أن سمة التحيز تمارس تأثيرها على كل العناصر الموجودة داخل البيئة الإعلامية. ويسوق الكاتب مثالًا شهيرًا للتدليل على ذلك بأن «الأسلحة لا تقتل الناس، ولكن الناس هم الذين يقتلون بعضهم البعض»، أي إن الأصل في فهم الظواهر والتحولات داخل البيئة هي إرادة الفعل المبنية على القرار الإنساني وليست سمة لازمة في الأداة التي استُخدمت لتنفيذ الفعل.(1)

قام ويليام كوهس (William Kuhus)، 1971، بأول مساهمة بحثية في حقل إيكولوجيا الإعلام بعنوان «رسل عصر ما بعد الصناعي». وخلال الستة والأربعين عامًا الماضية انتشر المصطلح ببطء خارج مدرستي تورنتو ونيويورك في الشمال الأميركي الذي احتكر نوعًا ما الحديث عن هذا النطاق البحثي. إلا أنه خلال السنوات العشر الماضية ظهرت دراسات تحاول تطبيق المصطلح من خلال تحليل بيئة العمل الإعلامي في دول آسيوية وإفريقية وشرق أوروبية. فمثلًا، بدأت دراسات إيكولوجيا الإعلام في الصين في السنوات الأولى للألفية الثانية وتأثرت ببنيتها الاجتماعية والقومية ولكنها اتسمت بقدر كبير من الذاتية. ثم انتقلت هذه الدراسات من التركيز على الأبعاد الإنسانية إلى الاهتمام بالاستراتيجية القومية والتنمية القائمة على التعددية وكذلك الربط بين البحث الأكاديمي والفعل الاجتماعي مما يزيد من فرص المساهمة الصينية لدراسات إيكولوجيا الإعلام في الزخم البحثي على المستوى الدولي.(2)

ويقدم إيدوين جورينز (Edwin Jurriëns) تفسيرًا ثقافيًّا لتفوق أساليب التواصل عبر الشبكات الاجتماعية على الوسائل الإعلامية الأخرى من واقع التجربة الإندونيسية، فيبين أن الأولى أقرب إلى طقوس الثقافة الشعبية التي تمزج بين الرمزي والمادي والممارسات ذات الدلالة والتي يمكن لقطاع كبير من الناس القيام بها. وتتسم مشاركات الأفراد في ممارسة طقوس هذه

---

(1) Lance Strate, “Media ecology”, Communication Research Trends, Vol. 23, Issue. 2 (2004): 1-48, “accessed December 15, 2018”. https://bit.ly/2Uu74FI.

(2) Jiankang Zhang and Jun Zhou, “A quantitative and qualitative overview of media ecology in China,” China Media Research, Vol. 11, Issue. 3 (2015): 13, “accessed December 18, 2018”. https://bit.ly/2RAOLgi.

الثقافة بالأهمية لأنها تسمح لهم بالتعبير عن أنفسهم وإبداء الرأي حول موضوعات تخصهم أو تخص آخرين يشاركونهم الثقافة ذاتها متجاوزة ما قد يوجد في الواقع المادي من حواجز طبقية أو تمييزية.(1)

ويُعَدُّ ألفريد كورزيبسكي (Alfred Korzybski) أحد مؤسسي علم الإيكولوجيا اللغوية وكذلك هو من الرواد الأوائل لنظرية إيكولوجيا الإعلام؛ حيث اعتبر أن فهم البنية اللغوية خطوة مركزية لفهم الإنسان والمجتمع وعمليات التطور الثقافي. ويتميز فكره بالجمع بين الشقين، النظري والعملي، المشتبك مع القضايا الاجتماعية والثقافية، وهو ما يمكن أن يكون مفيدًا في فهم الطرق التي يؤثِّر بها الطابع التكنولوجي للمجتمع على سلوكيات أفراده وأنماط تفكيرهم.(2)

أدت استعارة النموذج البيئي لوصف الإعلام إلى وجود تفسيرين متكاملين لطبيعته، التفسير الأول هو مفهوم «البيئية» والذي يعتبر الإعلام بيئة تحيط بالفاعلين الاتصاليين وتُنَمْذِج أساليبهم المعرفية. والثاني هو مفهوم «الوسائطية» والذي يهتم بالعلاقات بين الفاعلين الاتصاليين باعتبارهم كائنات حية تتعايش معًا في محيط حيوي مشترك.(3)

وتشير إحدى الدراسات إلى ثلاثة مصطلحات يمكن من خلالها فهم إيكولوجيا الإعلام بشكل متكامل، وهي: «النشوء» (Evolution) ويُعنى بدراسة تاريخ الوسائل الإعلامية من حيث بقاؤها/ انقراضها أو تطورها المشترك مع وسائل أخرى، و«واجهة الاستخدام» (Interface)، وتهتم بالتفاعلات بين الذاتي والاجتماعي أو الشبكي في إطار العملية الاتصالية، و«التهجين» (Hybridization)، ويسعى لفهم أسباب ظهور الوسائل الإعلامية الجديدة والتي يصاحبها ظهور لغات تواصل ووظائف لم تكن متاحة من قبل. كما تؤكد على

(1) Edwin Jurriëns, “A call for media ecology”, Indonesia & the Malay World, Vol. 39, Issue. 114 (2011): 197-219, “accessed December 18, 2018”. https://bit.ly/2t189Jm.

(2) Geraldine E. Forsberg, “Alfred Korzybski: a founding figure in media ecology,” ETC: A Review of General Semantics, Vol. 67, Issue. 2, (2010): 144-148, “accessed December 15, 2018. https://bit.ly/2Gg4u2g.

(3) Carlos A. Scolari, “Media ecology: Exploring the metaphor to expand the theory,” Communication theory, Vol. 22, Issue. 2 (2012): 204-225, “accessed December 15, 2018”. https://adobe.ly/2SeKtQf.

أن استعارة المصطلحات العلمية من حقول معرفية مغايرة ضرورة لازمة لتعريف الأنماط الوظيفية الجديدة داخل أي نسق معرفي.

ففكرة النشوء تتضمن الاعتقاد بأن صراع الكائنات من أجل البقاء ضرورة حتمية نظرًا لندرة الموارد وأن تغيرًا يحدث في السمات الوراثية للكائنات عبر الأجيال يؤدي إلى بقاء واستمرار بعضها بطرق الانتخاب الطبيعي، بينما قد يتسبب في ندرة وانقراض بعضها الآخر. ويمكن ملاحظة ثنائية البقاء/ الانقراض وتغير السمات عبر الأجيال في العديد من الظواهر والمنتجات الاتصالية التي أصبحت من «الحفريات» والتي تمتد من أوراق البردي وصولًا إلى التليغراف. كما أن الآلة الكاتبة قد اختفت إلا أن نظام لوحة المفاتيح ظل موجودًا ومستخدمًا في أجهزة الحاسب والأجهزة اللوحية. وترتبط فكرة «التوازن المتقطع» (Punctuated Equilibrium) بفكرة النشوء داخل البيئة الإعلامية؛ حيث يؤكد بول ليفينسون (Paul Levinson) أن جميع المعارف الطبيعية والإنسانية والاجتماعية تشكَّلت عبر الخمسة آلاف سنة الأخيرة فقط من عمر البشرية، وبالمنطق ذاته يمكن اعتبار أشكال التعبير الإنساني المتلاحقة التطور بفعل ثورة المعلومات والاتصالات مثل صفحات الويب والمدونات والويكيز وحسابات الشبكات الاجتماعية وغيرها أنماطًا للتوازن المتقطع في الرحلة الممتدة لتطور البيئة الإعلامية. [1]

المصطلح الثاني، وهو «واجهة الاستخدام»، يشير إلى أن لكل وسيلة إعلامية واجهة تمثِّل بوابة الدخول إلى عالمها وتوفر مساحة للتعريف بوظائفها وتشكِّل نقطة تماس مع الفاعلين الاتصاليين الآخرين. مثلًا، تُعَدُّ شاشة الآيفون واجهة استخدام تتجلى فيها التفاعلات بين العناصر الإنسانية والتقنية حيث تجتمع حواس اللمس والسمع والبصر مع مجسات الحرارة والضغط والضوء والحركة وحضور المجال الكهرومغناطيسي وإمكانيات الاتصال عن بعد.

أما المصطلح الثالث، وهو «التهجين»، فيشير إلى عملية تتم على المستويين الزمني -من خلال ما يسمى بالتطور المشترك (Coevolution)- والمكاني -من خلال ما يسمى بتلاقح الأنظمة (Cross-Fertilization)، ووفقًا لما أشار إليه ماكلوهان في كتابه «فهم الإعلام» فإن عمليات التهجين بين الوسائل الإعلامية تؤدي إلى انبعاث طاقة كبيرة بفعل انصهار أو

---

(1) Ibid, 15.

انشطار العناصر المهجنة ويؤدي تلاحمها إلى توليد شكل إعلامي جديد تمامًا.(1)

وتشير إحدى الدراسات إلى وجود حالة من عدم التوازن ظهرت خلال السنوات الأخيرة داخل حقل إيكولوجيا الإعلام بين ما يجب دراسته عن الوسائط الإعلامية باعتبارها بيئات، وما يجب دراسته عن البيئات باعتبارها وسائط، حيث غلبت دراسات النوع الأول على النوع الأخير ما أدى إلى غياب القدرة على قياس التأثيرات الاجتماعية للغات التواصل المستحدثة داخل المجتمع والأبعاد الخفية لأنماط الاتصالات الشخصية والأشكال التي ينتج بها الأفراد المعاني في المواقف الاجتماعية المختلفة. وتؤكد الدراسة على ضرورة إحداث توازن في الاهتمام بالشقين معًا في بحوث إيكولوجيا الإعلام لتعظيم القدرة على تقديم تفسيرات أكثر شمولًا للظواهر الإعلامية داخل المجتمع الإنساني.(2)

التنافسية في بيئة غير مواتية

ما من شك في أن مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها المختلفة قد استحوذت على جانب كبير من اهتمام الجمهور المستهلك للمحتوى الإعلامي بشكل عام والإخباري بشكل خاص ما أدى إلى الانصراف عن متابعة الأخبار عبر الإصدارات الإلكترونية للوسائل الإعلامية التي تأخذ شكل مواقع على شبكة الانترنت وتُعَدُّ الوريث التقني للشكل التقليدي لهذه الوسائل. وعلى الرغم مما بذلته العديد من المؤسسات الإعلامية حول العالم، مثل صحيفة نيويورك تايمز الأميركية والغارديان البريطانية، وفي المنطقة العربية صحيفة الشرق الأوسط والحياة اللندنية، لتفعيل الخصائص الفريدة التي تتيحها البيئة الرقمية للشبكة منذ العقد الأخير للقرن العشرين في إثراء المحتوى والتفاعل مع الجمهور، فإنها لم تستطع مجاراة ما أتاحته شبكات التواصل الاجتماعي من صلاحيات لجمهورها بالشكل الذي جعلها غير قابلة للمنافسة من جانب أي وسيلة إعلامية مؤسسية.(3)

---

(1) Marshall McLuhan and W. Terrence Gordon, Understanding Media: Extensions of man, (New York: Gingko Press, 2003), 53, “accessed December 15, 2018”. http://robynbacken.com/text/nw_research.pdf.

(2) Janet Sternberg, “The yin and yang of media ecology,” (Paper presented at the 3rd - Annual Media Ecology Association Convention, Marymount Manhattan College, New York, 2002), “accessed December 19, 2018”. https://adobe.ly/2Ry3Ijd.

(3) ياسر عبد العزيز، "وهل فشلت الصحافة الإلكترونية في مقاومة شبكات التواصل الاجتماعي

ارتبط استخدام الصحافة الإلكترونية بأجهزة الحاسب أكثر من ارتباطه باستخدام الهواتف النقالة، ولذلك فعلى الرغم من اشتراكهما في العمل داخل المحيط الرقمي مع شبكات التواصل الاجتماعي إلا أن الأولى لا تتداخل مع شبكات العلاقات الاجتماعية والاتصالات الشخصية التي يُستخدم الهاتف النقال في الأساس لتفعيلها، ومن ثم تصبح شبكات التواصل الاجتماعي هي الأقرب لالتماس الحاجات الإخبارية نظرًا لتقاطعها الطبيعي مع هذه الدوائر، وبمرور الوقت ومع الاعتياد على استخدام هذه الشبكات في إشباع الاحتياجات اليومية والحياتية تصبح متابعة التغريدات الخاصة بأحد المصادر ذات المصداقية أو مشاهدة مقاطع الفيديو التي تصف الأحداث أو تعلق عليها جزءًا من الممارسات اليومية المتبعة للجمهور ودونما حاجة ملحَّة إلى الاطلاع على نوافذ إخبارية مليئة بالعديد من الأخبار التي قد يخرج معظمها عن دائرة اهتمامات الجمهور أو تفضيلاته. ويؤكد باري جونتر (Gunter Barrie) وروجر ديكنسون (Roger Dickinson) في كتابهما عن وسائل الإعلام في العالم العربي أن ما تحظى به وسائط التواصل الاجتماعي من أهمية في هذه المنطقة يعود بالأساس لدورها المركزي في مساندة ثورات الربيع العربي وتمكين فاعليته، وهو ما أحاط استخدامها بهالة حميمية لا يمكن أن تتوافر لغيرها من وسائل الإعلام الأخرى. فبعد أن كان التفعيل السياسي والاجتماعي لهذه الشبكات هو الغالب على استخدامها، انسحبت هذه الفاعلية لتشمل جوانب التماس المعلومات ومعرفة الأخبار خاصة مع سهولة الوصول التي وفرتها تطبيقات الهواتف المحمولة بأنماطها المختلفة.[1]

وهذه الحالة هي ما خلصت إليها إحدى الدراسات من أن الهواتف النقالة قد خلقت نوعًا جديدًا من الثقافة المجتمعية المرتكزة على تفضيلات شديدة الخصوصية لتعريف الذات وتعريف الآخر. وارتبط بهذه الثقافة نزوع واضح من الأفراد إلى تفضيل التماس المعلومات من شخص لشخص أو من شخص لمجموعة أو من مجموعة لمجموعة، في مقابل عزوف واضح عن التماس المعلومات من المؤسسات أو الهيئات أو المنظمات المتخصصة في نشر المحتوى الإخباري ومن ضمنها مواقع الصحف الإلكترونية.[2]

والمدونات؟ نعم .. وسيكسب الإعلام الجديد مزيدًا من الأهمية"، الشرق الأوسط، العدد 12535، 24 مارس/ آذار 2013.

(1) باري جونتر، وروجر دينكسون، وسائل الإعلام في العالم العربي، ماذا يحمل المستقبل؟، ترجمة داود سليمان القرنة، ط 1 (مكتبة العبيكان، 2018).

(2) Peter Glotz and Stefan Bertschi & Chris Locke, “Introduction: Mobile Phones and Mass

قدَّم جاك براتيش (Jack Bratich) تفسيرًا سوسيوبوليتيكيًّا لهذا النوع من السلوك الاتصالي استدعى فيه حركة «احتلوا وول ستريت» والتي تظاهرت لعدة أشهر في المنطقة المالية لمدينة نيويورك، عام 2011، ودعت للقضاء على كافة أشكال التميز وعدم المساواة الاجتماعية والسياسية والديمقراطيات الزائفة حول العالم. وتظاهرت الحركة كذلك ضد الشركات والمؤسسات العالمية التي اعتبرت أنها تستخدم أموالها لتكريس حالة الظلم الاجتماعي والسياسي وما تستدعيه من تقويض مستمر للحريات والحقوق الشخصية.[1] تنبع رمزية هذه الحركة من أنها جسَّدت حالة التمرد الإنساني العالمي على كل مؤسَّسي غير عادل؛ ما جعل من اللجوء إلى المصادر غير المؤسسية والاعتماد عليها في التماس المعلومات نوعًا من تفعيل هذا التمرد والتأكيد على استمراره إلى أن يتم تحقيق المطالب المنشودة.

وفي السياق العربي يمكننا رصد أكثر من حالة توسطت فيها شبكات التواصل الاجتماعي لتمثِّل بذلك -كما يقول الدكتور جمال زرن- «سلطة ضد سوء استخدام السلطة»، والمقصود بالطبع سلطة المحكومين ضد سوء استخدام الحكام لسلطاتهم.[2] ففي المشهد المصري، على سبيل المثال، تعددت الحالات التي لجأ فيها الأهالي المتضررون إلى اليوتيوب لتسجيل شكواهم ضد إزالة الدولة لمنازلهم في مناطق مثلث ماسبيرو وجزيرة الوراق ونزلة السمان. في الوقت الذي عزفت فيه وسائل الإعلام قاطبة على نغمة تأكيد الوطنية بمساندة الدولة في تطوير هذه المناطق ومضاعفة فرصها الاستثمارية. كما استدعت حالة التضييق على المعارضين ومحاولات طمس الحقائق المرتبطة بثورة يناير/ كانون الثاني 2011 والسعي لبناء ذاكرة جمعية جديدة، ظهور نماذج إعلامية تتخذ من شبكات التواصل وبخاصة اليوتيوب وسيلة لتقديم رسالتها إلى الجماهير العربية من خلال النقد المستند إلى الحقائق والممزوج بالفكاهة في بعض الأحيان مع الحث على قراءة التاريخ واستيعاب دروسه. ويمكن تسمية هؤلاء بـ»سفراء

Communications," Knowledge, Technology & Policy, Vol. 19, Issue. 2, (2006): 3-6, "accessed December 21, 2018". https://bit.ly/2RypSBO.

(1) Jack Bratich, "Occupy All the Dispositifs: Memes, Media Ecologies, and Emergent Bodies Politic," Communication & Critical/ Cultural Studies, Vol. 11, Issue. 1, (2014): 64-73, "accessed December 21, 2018". https://bit.ly/2D1VLgZ.

(2) جمال زرن، "الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته"، مركز الجزيرة للدراسات، 27 مارس/ آذار 2017، (تاريخ الدخول: 26 يناير/ كانون الثاني 2019)، https: / /bit. ly /2DQBQTR.

الوعي العام» حيث ينصِّب كل منهم نفسه سفيرًا مسؤولًا عن تذكير الناس بما يحاول إعلام السلطة طمسه أو تشويهه كمحاولة لإبقاء العقل في حالة من اليقظة. ومن هذه النماذج: «عبد الله الشريف»، و»أحمد بحيري»، و»AJ+ عربي» و»ألش خانة».

وفي هذا السياق، تبرز مؤسسة العربي الجديد، التي انطلقت في مارس/ آذار 2014، وتصدر جريدة ورقية تتم طباعتها في لندن والدوحة وتركيا، وتضم منصات متعددة للأخبار والفنون التشكيلية والثقافة والفكر والموسيقى والتصوير، بالإضافة إلى موقع مستقل للعناية بالأدب والثقافة العربية باسم «ضفة ثالثة» يضم حوارات مع المثقفين ومقالات من مختلف التيارات إلى جانب أقسام تهتم بالعمارة والاجتماع والآثار والإثنوغرافيا والسياحة والتاريخ. كما ينتج الموقع محتوى إنفوغرافيًّا وفوتوغرافيًّا ويفتح مجالات التشاركية مع الجمهور من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بما فيها إنستغرام وغوغل بلس.

وقد ناقش المتخصصون جدلية العلاقة التنافسية بين الصحف ووسائط التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بقيمتي السبق وتحري الدقة وأيهما الأجدر بالاهتمام، ويتأسفون بأن واقع الحال في العديد من الصحف الآن هو تقديم السبق بهدف جذب الإعجاب والمشاركات ثم يأتي التدقيق في صحة المعلومات المنشورة في مرحلة لاحقة. ويؤكدون على أن التمسك بقيمة التدقيق والتحقق من صحة الأخبار أو الصور التي يتم نشرها وتحظى بتداول فيروسي هو ما يمكن أن يميز الصحف ويحفظ مصداقيتها ويمنحها الميزة التفضيلية الأهم في مقابل ما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي.[1] كما أشار ريتشارد روجرز إلى وجود اختلاف أنطولوجي يشرح فارق الهوة التنافسية بين الصحافة الإلكترونية وإعلام الشبكات الاجتماعية يتمثَّل في الحركية غير المحدودة للبيانات الرقمية بطبيعتها في مقابل الحركية المقيدة للبيانات المرقمنة. بالإضافة إلى خصائص التفاعل الحسي التي تتضاعف في حالة المحتوى الرقمي بطبيعته بينما يتسم المحتوى المرقمن بتفاعلية محدودة.[2]

دمج مسح قومي شمل 1143 مستخدمًا للإنترنت في الولايات المتحدة الأميركية بين نموذج الاستخدامات والإشباعات والمدخل الاقتصادي للتنبؤ بسلوك الاعتماد على محركات

---

(1) Rob Tornoe, “Digital Publishing: True or False?,” Editor & Publisher, Vol. 148, Issue. 2, (2015): 26-28, “accessed December 21, 2018”. https://bit.ly/2G4ym2j.

(2) جون هارتلي وجين برجس وأكسيل برونز، الإعلام الجديد وقضاياه، ترجمة هدى عمر السباعي ونرمين عادل عبد الرحمن (المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2018).

تجميع الأخبار News Aggregators مثل: Huffington Post, Yahoo News, and Google News وقياس التنافسية السوقية. وكشفت النتائج عن أن متغيرات العمر والانتماء الإثني هما الأكثر تحكمًا في اختيار المستخدمين لمحركات تجميع الأخبار وأنهم لا يبحثون عن المحتوى الإخباري الذي يؤيد وجهات نظر معينة. وانتهت الدراسة إلى أن المؤسسات الصحفية يجب ألا تعتبر هذه المحركات أعداء لها لأنها وُجدت لتبقى. بينما تظل هناك إمكانية لاتخاذ بعض الإجراءات لتأمين سيطرة الصحف على المحتوى مثل ما فعلت 154 صحيفة برازيلية تمثل 90 ٪ من سوق التوزيع عندما قاطعت غوغل نيوز (Google News) منذ عام 2012 وحتى الآن.(1)

وفي دراسة أعدها معمل نايمان (NiemanLab) التابع لجامعة هارفارد للمقارنة بين طبيعة المنافسة بين شبكات التواصل كمصادر للأخبار في دول الشرق الأوسط وفي الولايات المتحدة الأميركية وبدت فيها الصحافة الإلكترونية كمصدر للأخبار كما لو أنها خارج نطاق المنافسة، اعتمد فيها على نتائج المسح السنوي لاستخدام وسائل الإعلام في الشرق الأوسط والذي تجريه جامعة نورث ويسترن في قطر، وقد شمل ما يقارب 7000 شخص من الإمارات ولبنان والسعودية والأردن وقطر وتونس ومصر؛ بيَّنت الدراسة أن أكثر من ثلثي العينة تعتمد يوميًّا على الحصول على الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي وأن هذه النسبة تفوق بكثير المجتمع الأميركي؛ ففي الوقت الذي يستخدم فيه 67 ٪ من العرب تطبيق الواتساب يحصل 28 ٪ منهم على الأخبار من خلاله، بينما يستخدم 11 ٪ فقط من الأميركيين التطبيق نفسه ولا يحصل سوى 2 ٪ فقط على الأخبار من خلاله.(2) ويبيِّن الشكل رقم (1) ترتيب المنصات الثلاث الأولى الأكثر استخدامًا في الحصول على الأخبار في ست دول عربية وفقًا لنتائج الدراسة.

(1) Angela M. Lee and Hsiang I. Chyi, "The Rise of Online News Aggregators: Consumption and Competition," JMM: The International Journal on Media Management, Vol. 17, Issue. 1, (2015): 3-24, "accessed December 21, 2018". https://bit.ly/2ZbLDMc.

(2) Everette E. Dennis and Robb Wood, "Media in the middle east: A new study shows how the Arab world gets and shares digital news," Nieman Foundation at Harvard, September 19, 2017, "accessed December 23, 2018". https://bit.ly/2fjkwxs.

الشكل رقم (1) يوضح المنصات الاجتماعية الأكثر استخدامًا في الحصول على الأخبار في ست دول عربية[1]

Top three social media platforms for getting news in each country
% who use the following to get news

Jordan	Lebanon	Qatar	KSA	Tunisia	UAE
41%	54%	47%	45%	39%	40%
28%	39%	39%	32%	22%	39%
24%	18%	37%	32%	10%	39%

Base: Nationals only; 2017 n=4,411.
MEDIA USE IN THE MIDDLE EAST, 2017
JORDAN | LEBANON | QATAR | SAUDI ARABIA | TUNISIA | UAE
MIDEASTMEDIA.ORG

تحديات متجددة وحلول متعثرة

أحد التحديات الرئيسة التي تواجه الصحف الإلكترونية والتي جعلت لشبكات التواصل الاجتماعي ميزة تفضيلية عليها كونها متاحة للاستخدام كوسيط مباشر لتواصل السياسيين مع قواعدهم الجماهيرية. وهناك العديد من الأمثلة خلال السنوات الخمس الأخيرة على توظيف الرموز السياسية حول العالم لتويتر تحديدًا كمنصة رئيسة في إعلان القرارات وتوضيح المواقف المتعلقة بقضايا تشغل الرأي العام.[2] ولعل أحد أبرز النماذج هو ما قام به دونالد ترامب خلال حملته الانتخابية للرئاسة في 2016 والذي يُعَدُّ سابقة في ممارسة العمل السياسي

(1) Ibid.

(2) Eli Skogerbø and, Arne H. Krumsvik, "Newspapers, Facebook, and Twitter," Journalism - Practice, Vol. 7, Issue. 3, (2015): 350-366, "accessed December 18, 2018". https://adobe.ly/2t2tjH5.

بأسلوب شعبوي وصفه المراقبون بأنه نوع من الـ»الديماغوجية الرقمية».[1]

وبالرغم من استخدام السياسيين الغربيين لتويتر كمنصة تواصل مع قواعدهم الجماهيرية نجد أن استخدامه من جانب السياسيين العرب يتنوع ما بين رجال الدولة من داخل السلطة كما في حالة دولة الإمارات العربية المتحدة التي تأتي في المرتبة الأولى من حيث عدد حسابات السياسيين المتواصلين عبر تويتر. ومن مصر تنشط بصورة أكبر حسابات السياسيين من خارج السلطة مثل حساب محمد البرادعي الذي يأتي في المرتبة الأولى بعدد 6.02 ملايين متابع ويليه حساب نجيب ساويرس بعدد 5.03 ملايين متابع والأكثر إثارة للجدل، ثم حسابات حمدين صباحي وعبد المنعم أبو الفتوح وأيمن نور وخالد علي بأعداد متابعين تتراوح بين 2-4 ملايين. وبالرغم من أن المجتمع السعودي يُعَدُّ الأعلى عالميًّا من حيث نسبة حضوره وفاعليته في صناعة الترندات إلا أن الحسابات الأشهر هي لشخصيات غير سياسية. وباستثناء الحساب الرسمي للملك سلمان بن عبد العزيز، يبرز حساب عبد العزيز بن فهد، الابن الأصغر للملك فهد بن عبد العزيز، باعتباره الأكثر شعبية بين الأسرة الحاكمة بعدد 3.37 ملايين متابع.[2]

ويبدو هذا التحدي جديًّا بالنظر إلى عدم قدرة الصحف الإلكترونية على القيام بالدور نفسه بشكل مباشر لتعارضه مع الأعراف المهنية والقيم المتبعة في العمل الصحفي والتي قد يؤدي الخروج عليها إلى المساءلة القانونية، بل إن ما تتيحه بعض الصحف من مساحات حرة للجمهور في صورة مدونات أو منتديات ملحقة بأقسام الرأي تظل محكومة بقرارات الصحيفة في السماح بها أو حجبها. ومن الملاحظ أنه على الرغم من أن عدد مستخدمي فيسبوك أكبر من عدد مستخدمي تويتر إلا أن اهتمام أبحاث شبكات التواصل الاجتماعي يرتكز على تويتر ثم قد يتم تعميم النتائج على بقية الشبكات بشكل غير موضوعي.[3] وربما كان السبب الرئيسي لهذا

---

(1) Christian Fuchs, Digital Demagogue: Authoritarian Capitalism in the age of Trump and Twitter (London: Pluto Press, 2018), 328.

(2) أكثر الشخصيات السياسية العربية استخدامًا لتويتر"، رصيف 22، 21 مارس/آذار 2016، (تاريخ الدخول: 24 يناير/كانون الثاني 2019)، https: / /bit.ly /2DPuRdC.

(3) Andreu Casero-Ripollés, "Research on political Information and social media: Key points and challenges for the future," Investigación sobre información política y redes sociales: puntos clave y retos de futuro, Vol. 27, Issue. 5, (2018): 964-974, "accessed December 25, 2018". https://bit.ly/2RyW4Fc.

الاهتمام هو أن تويتر أصبح الوسيط الأول لممارسة التأثير السياسي. في الوقت الذي تظل فيه بعض المنصات المرتكزة على الاتصال بين شخصين مثل الواتساب أو التليغرام غير مستكشفة من حيث الأساليب المستخدمة عمليًّا في الاتصال السياسي.

ويمكن أن نحدد تحديات أخرى تواجه الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، ومنها:

احتمالات اختراق حقوق الملكية الفكرية: حيث تضطر الصحف في بعض الأحيان إلى الاستعانة بمعلومات أو صور سبق نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو العكس دون الإشارة إلى مصدرها وهو ما يعد خرقًا لحقوق الملكية الفكرية، وتقوم بعض المواقع بحماية صورها من خلال إدماج علامة المصدر داخل الصورة بحيث تشير إليه في حالة النشر من جانب مصدر آخر.

1 - إجراءات التدقيق والموثوقية: حيث دفعت سرعة نشر وتداول الأخبار على شبكات التواصل الاجتماعي الصحف إلى تقليل الاهتمام بالتدقيق في صحة الأخبار قبل نشرها، وهو ما أدى في حالات كثيرة إلى سحب الصحف لأخبار سبق وأن نشرتها على موقعها بعد أن تبيَّن عدم صحتها، ويؤدي تكرار مثل هذه الوقائع إلى الإضرار بمصداقية الصحيفة بقدر أكبر من إضراره بسمعة المصدر الذي قام بنشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

2 - تأثير المعلنين: ففي ظل الأزمة الاقتصادية الخانقة التي تحيط بعمل الصحافة الإلكترونية بشكل عام حول العالم، تتجه الصحف إلى نشر مساحات أكبر من الإعلانات لتوفير التمويل اللازم للاستمرار مما يؤثر أحيانًا على مقروئية المادة التحريرية ويشتت انتباه المستخدمين.

3 - سياسات تعيين المحررين: فبعض الصحف الإلكترونية تُتَّهم بانتهاج سياسات غير موضوعية في تعيين المحررين بحيث يكونون من جنس أو لون أو توجهات دينية أو فكرية معينة وهو ما يتعارض مع المبادئ الأساسية لحقوق الإنسان في الحق في العمل دون تمييز.

4 - اتهامات الانتماء الأيديولوجي: حيث يتجه بعض المستخدمين إلى تصنيف الصحف على أسس فكرية نتيجة للاختلاف في وجهات النظر حول قضية ما. وتظل هذه

التصنيفات كتهم لصيقة بالصحف فيتم تحريف ما تقوم الصحيفة بنشره من أخبار أو تقارير وتأويله بما يتناسب والتصنيف الذي وضعت فيه. وغالبًا ما تكون هذه التصنيفات دون أدلة تدعمها إلا أنها قد تتسبب في انصراف الجمهور بشكل تلقائي عن الصحيفة.

وبمثال تطبيقي على الواقع الحالي في الصحافة الإلكترونية المصرية، فإن أبرز التحديات التي تواجهها تتمثَّل في ضعف البنية التقنية الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والإنترنت لاسيما خارج العاصمة إلى جانب عدم الاستفادة من التطبيقات الحديثة في مجال الإعلام الإلكتروني ونقص الكوادر المدربة بشكل كفء لإدارة هذه المواقع مع ضعف عام في الاستثمار في مجال الإعلام الإلكتروني.[1]

كما أن ظهور شبكات التواصل الاجتماعي ارتبط بتقديم أنواع جديدة من المحتوى المرتكز على مشاركات المستخدمين، فالويكيز -على سبيل المثال- حققت الكثير مما كان يطمح إليه علماء الاتصال ويشيدون بقيمته الكبيرة في البنية الكتابية، مثل التعاونية وإمكانات النصوص الفائقة غير المحدودة والمشاركة الجمعية في إنتاج المعرفة[2]. وعلى الرغم من أن الصحافة الإلكترونية حاولت الجمع بين العديد من أشكال التفاعل الإعلامي وسمحت للجمهور بمشاركة تفاعلية محسوبة، فإن الأرقام الخاصة بمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة في الولايات المتحدة الأميركية، تشير إلى أن هناك اعتمادًا متزايدًا من قِبَل الجمهور على التماس المعلومات باستخدام هذه الشبكات. ففي عام 2013، حظيت إحدى القصص الإخبارية التي نُشرت في صحيفة «يو إس إيه توداي» بما يقارب النصف مليون تغريدة على موقع تويتر وتلتها بعض الأخبار التي نُشرت في صحيفة نيويورك تايمز.[3]

كما أن أحد أهم التحديات التي تواجه كلًّا من الصحافة الإلكترونية والحسابات ذات المحتوى الإعلامي على شبكات التواصل الاجتماعي هي مشكلة الأخبار الكاذبة. فعلى الرغم

---

(1) وسام كمال، الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية والتطور التكنولوجي، ط 1 (القاهرة، دار الفجر، 2014)، ص 106-107.

(2) Christopher E. Manion and Richard ''Dickie'' Selfe, "Sharing an Assessment Ecology: Digital Media, Wikis, and the Social Work of Knowledge," Technical Communication Quarterly, Vol. 21, (2012): 25-45, "accessed December 25, 2018". https://bit.ly/2K0Q8p0.

(3) Data Page," Editor & Publisher, Vol. 147, Issue. 3, (2014|): 20-21, "accessed December 25, 2018". https://bit.ly/2QRl4sC.

من أن هذه الظاهرة ليست جديدة على العمل الإعلامي ودائمًا ما تواجدت بأشكال مختلفة عبر عصور تطور الوسائط الاتصالية فإن ثورة الاتصالات والمعلومات وفرت إمكانيات هائلة لنشر الأخبار على نطاقات واسعة وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تربة خصبة لنمو وانتشار هذه الأخبار مما ضاعف من خطورتها في تزييف وعي الجماهير وتضليلهم بمعلومات غير صحيحة تجاه الأحداث مما قد يسهم بالتالي في تبنيهم لمعتقدات وأفكار خاطئة.

وقد شكَّلت الحسابات المصطنعة التي توصف في حقل الروبوتكس باللوغاريتمات الحشرية (Algorithms Bug) نظرًا لتحركها بطريقة آلية نحو الهدف، وهي تُعرف في حقل الإعلام بالـ Bots التي يتم توظيفها للتشويش على عمليات الاتصال عبر الشبكات الاجتماعية خاصة مع اعتماد آليات الإعجاب والمشاركة التي إذا ما وصل عددها لحد معين فإنها تُكْسِب المحتوى قيمة ذاتية تحث المستخدمين على تكرار الإعجاب والمشاركة حتى ولو لم تتم قراءة المحتوى نفسه.[1] ولا يبدو أن هناك حلًّا تقنيًّا لهذه المشكلة حيث إن برمجيات التصدي لهذه الحسابات ورصدها لا تزال في أطوارها البدائية. ويشير البعض إلى أنه حتى ولو صُمِّمَت برمجيات يمكنها القيام بهذه المهمة آليًّا فإن احتمالات التحايل والالتفاف عليها من جانب مُروجي الأخبار الكاذبة لا تزال واردة.[2] ويؤكد الباحثون في تكنولوجيا الإعلام الرقمي أن ما يمكن التعويل عليه كاستراتيجية طويلة الأمد لمجابهة انتشار الأخبار الكاذبة يتمثَّل في العمل على تربية الحس الناقد لدى المستخدمين عند تداول الأخبار، وتشجيع إعمال العقل عند تلقي أنباء جديدة، وألا يتعاملوا معها بسطحية أو يكونوا مجرد ناقل سلبي للمعلومات.

أدى ظهور الإنترنت إلى القضاء تدريجيًّا على ما كان يعرف بالنظام الإعلامي القومي أو الوطني، وحلَّ محله تجمعات للأفراد حول اهتمامات مشتركة عَبَرَت حواجز المكان والزمان والثقافة[3]، ولعل أحد أخطر التداعيات المترتبة على ذلك هو ما أسماه أحد أساتذة

(1) أسامة الشامي، "بين إدارة الفوضى و"الذباب" الإلكتروني.. كيف يُصنع التريند السياسي على تويتر؟"، نون بوست، 28 يونيو/ حزيران 2018، (تاريخ الدخول: 19 يناير/ كانون الثاني 2018)، https: / /bit.ly /2ZgnNip.

(2) Joanna M. Burkhardt, “Combating Fake News in the Digital Age,” Library Technology Reports, Vol. 53, Issue. 8, (2017): 1-33, “accessed December 20, 2018”. https://bit.ly/2WgXIgZ.

(3) James W. Carey, “The Internet and the end of the national communication system: uncertain predictions of an uncertain future,” Journalism & Mass Communication

الاتصال الألمان، ثورستون كوندت، (Thorston Quandt) بـ«المشاركات المظلمة» (Dark Participation) التي تصف مساهمات المواطنين العاديين في صناعة المحتوى الإخباري الذي من المفترض أنه عملية مهنية لها أسسها وقواعدها. فعلى النقيض من تلك الرؤية الطوباوية التي صاحبت ظهور ما يعرف بصحافة المواطن والمشاركة المجتمعية في نشر وتداول الأخبار في مطلع القرن الحادي والعشرين، أكد الباحث على أن هناك الكثير من الغموض يحيط بالأسباب التي قد تدفع أشخاصًا عاديين للمشاركة في عمليات صناعة وتداول الأخبار! وأضاف أن الأمثلة على هذه المشاركات المظلمة تتراوح ما بين الترويج للمعلومات الزائفة وتصل إلى شنّ حملات لبث الكراهية وممارسة البلطجة الفردية أو الجماعية في الفضاء السيبراني.[1] وكانت صحيفة الجارديان قد أعلنت عام 2014 أن هناك هجومًا شرسًا على أقسام الرأي التابعة لها خاصة حول الموضوعات التي تتناول الأزمة الأوكرانية؛ حيث رصدت الصحيفة أعدادًا هائلة ممن يمكن تسميتهم بـ«ألوية الشبكات» أو «جيوش المتصيدين» الذين كانوا يدعمون الموقف الروسي بهدف التأثير على الرأي العام الغربي حول هذه القضية وهو ما لا يمكن وصفه بمشاركات المواطنين في المحتوى الإخباري ولكنه ممارسة فعلية للدعاية السياسية باستخدام من يمكن تسميتهم جدلًا بـ«المواطنين».

وأكد تقرير عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية أن ما يُعرف بالحسابات المصطنعة تلعب دورًا مركزيًّا في التأثير على الرأي العام وصناعة القرار السياسي. وتستند هذه الحسابات في عملها على تحليل البيانات الضخمة (Big Data Analytics). وعززت نتائج المسح الذي تضمنه التقرير وشمل 22 دولة عربية من الاعتقاد بأن مستخدمي شبكات التوصل الاجتماعي (46٪) يسهمون بشكل واعٍ في نشر الأخبار الكاذبة من خلال إنشاء حسابات مؤقتة بأسماء وهمية ثم يقومون بإغلاقهاً في وقت لاحق مع تعطيل خاصية التتبع الجغرافي. وتنتشر هذه الظاهرة بشكل أكبر على فيسبوك بنسبة 40.4 ٪ ويليه تويتر بنسبة 16 ٪.[2] ويوضح الشكل رقم (2) أن نسبة 24 ٪ تقريبًا من مستخدمي منصات التواصل

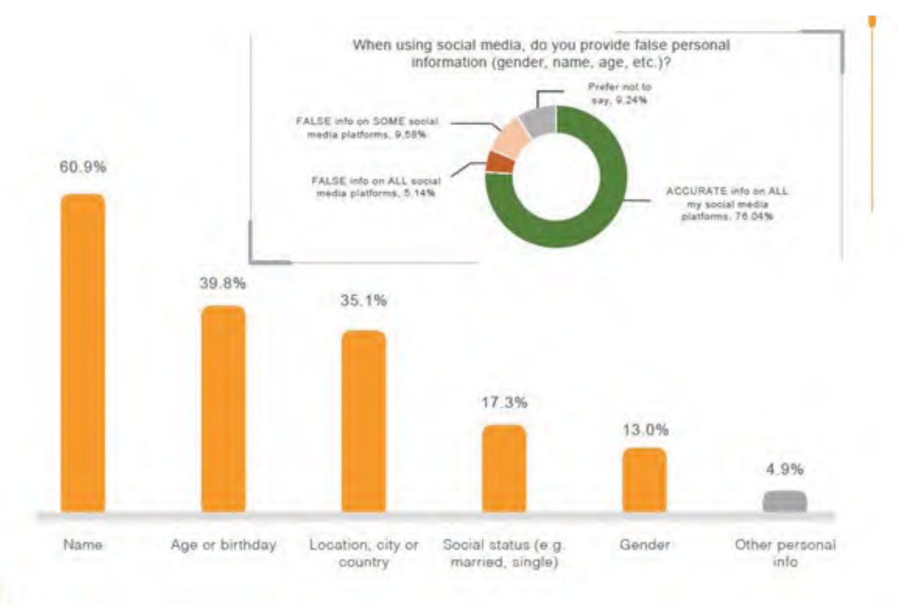
Quarterly, Vol. 57, Issue. 1, (1998): 28-34, "accessed December 20, 2018". https://bit.ly/2WgXIgZ.

(1) Thorston Quandt, "Dark Participation," Media and Communication, Vol. 6, Issue. 4, (2018): 36, "accessed December 20, 2018". https://bit.ly/2DdrLyX.

(2) Fadi Salem, "The Arab Social Media Report 2017: Social Media and the Internet of Things: Towards Data-Driven Policymaking in the Arab World", (Dubai, MBR School

يُقرُّون بتعريف أنفسهم من خلال بيانات زائفة معظمها عن الاسم والعمر ومحل الإقامة والحالة الاجتماعية والنوع.

الشكل رقم (2) يبيِّن نسبة مستخدمي منصات التواصل الذين يعرِّفون أنفسهم من خلال بيانات زائفة[1] (34)



ولا تقل التحديات الاقتصادية التي تواجه الصحف الإلكترونية وتهدد بقاءها ضراوة عن التحديات الموضوعية، فلكي يعيش أي مشروع صحفي يجب أن يقتصد في نفقاته أو يزيد من موارده[2]، وكلا الحلين تكتنفهما تحديات

يمكن أن يكون لها آثارها السلبية على جودة المحتوى. فالاقتصاد في النفقات يعني إما الاستغناء عن بعض منتجي المحتوى أو دمج بعض الأقسام التحريرية معًا والاجتهاد في جذب المعلنين داخل سوق شديدة التنافسية. ويمكن القول: إن كل ما نشاهده على شاشات

.of Government, 2017).

(1) Ibid.

(2) Helen Lewis, "How Facebook and Google are killing papers and transforming news," New Statesman, Vol. 146, Issue. 5354, (2017): 34-35, "accessed December 19, 2018", https://bit.ly/2KtrfC2.

الإنترنت هو محتوى مدفوع الأجر إما بشكل مباشر أو غير مباشر من جانب مؤسسات تجارية تعتبر هذا المحتوى داعمًا لأهدافها. فموقع بازفيد (Buzzfeed)، على سبيل المثال، ينشر يوميًّا ما يزيد على 400 قصة إخبارية جديدة ولديه ما يقرب من 150 مليون زائر شهريًّا، ومن اليسير إقناع المعلنين بدفع الأموال نظرًا لشعبية الموقع، كما ينشر الموقع محتوى إعلانيًّا مباشرًا في صورة تحريرية فيما يسمى بالإعلانات التحريرية (Advertorials). أما فيسبوك وغوغل معًا فيستحوذان على ثلثي الكعكة الإعلانية عبر الإنترنت. وفي الربع الثالث من عام 2016، بلغ عدد مستخدمي فيسبوك مليار و86 مليون شهريًّا بصافي أرباح بلغ 2.3 مليار دولار بزيادة قدرها 896 مليون دولار عن عام 2015. إلا أن هذه الأهمية والدور المتزايد لفيسبوك في الحياة الإنسانية جعلاه في مرمى سهام النقد بل والاتهام بالمساعدة في الترويج للأخبار الكاذبة خاصة خلال الحملات الانتخابية لرئاسة الولايات المتحدة عام 2016 [1].

مسارات التعايش المحتمل بين النمطين

في مقال مبكر نشرته مجلة إيديتور آند ببليشر (Editor & Publisher) الأميركية في أكتوبر/ تشرين الأول 2011، تم تحديد عدد من الإجراءات التي يجب على الصحف الإلكترونية القيام بها للاستفادة من المميزات التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي في إثراء المضمون وإدماج الجمهور في المحتوى الإخباري[2]، وأكدت على أن الهدف الذي يجب أن تسعى إليه الأقسام المختلفة لأية صحيفة هو خلق صلات مع الجمهور عبر وسائط التواصل الاجتماعي والإبقاء على تفاعلية جاذبة معهم، ومن هذه الإجراءات:

- دعوة الجمهور إلى المشاركة بقصصهم الخاصة حول خبر أو حادث ما ذي أهمية بالنسبة لهم. مثل ما دعت وكالة الأسوشيتدبرس الأميركيين عبر صفحتها على فيسبوك إلى المشاركة بقصصهم الخاصة حول ذكرى الحادي عشر من سبتمبر/ أيلول 2001 بمناسبة مرور عشرة أعوام على وقوعها. كما يمكن البحث عن مصادر من الجمهور للمشاركة في بناء قصة إخبارية والاعتماد على خبرة هذه المصادر في الحصول على معلومات تفيد المحرر الذي يتولى كتابتها وتوفير حلقة اتصال مباشر بينهم لتسهيل الحصول على المعلومات.

---

(1) Ibid, 34.

(2) Heidi Kulicke, “Quest for Success,” Editor & Publisher, 144 (10), (2011): 48-52, “accessed December 17, 2018”. https://bit.ly/2WrDOVu.

– استفتاء الجمهور حول أسئلة يرغب أن تقدم له صحيفته إجابات عليها ومن ثم يصبح هذا الجمهور شريكًا فعليًّا في اتخاذ القرار التحريري الذي يحدد الموضوعات التي سيتم نشرها، ثم بعد ذلك تهتم الصحيفة بالاتصال بالمصادر التي يمكنها استيفاء المعلومات المطلوبة من جانب الجمهور.

– الاستفادة من هواة التصوير وتسجيل مقاطع الفيديو في الحصول على لقطات حية أو صور نادرة للحظات الأولى من وقوع الكوارث الطبيعية كالزلازل والبراكين والأعاصير، وكذلك الحوادث التي قد يتضمنها المشهد ويصعب إن لم يستحِل على محرري الصحيفة الوصول إليها.

– توظيف المهارات الخاصة لدى بعض أفراد الجمهور في ترجمة بعض المقاطع المكتوبة بلغات نادرة وكذلك التعرف على هوية بعض الأشخاص أو حتى الحيوانات التي قد تكون متورطة في حادث ما أو تتعرض لخطر ما ومن ثم إمكانية مساعدتها أو الإبلاغ عنها ليتم اتخاذ الإجراءات اللازمة لحمايتها وحماية المجتمع. ويعرف هذا الإجراء بآلية التحقق الجمعي (Crowdsourcing Verification).

– هناك وجه آخر للتعايش بين الصحافة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي يتمثَّل في قيام الأولى بجهد استقصائي وإنفوغرافي لتجميع أكثر التغريدات تفاعلًا على تويتر عبر البلدان العربية المختلفة وعرضها بتقديم منظم للقارئ وكذلك تخصيص أقسام وصفحات لمتابعة أخبار شبكات التواصل المؤسساتية والتي قد تؤثر بصورة كبيرة على نشاط مستخدميها مثل إجراءات الحماية و الخصوصية أو إطلاق الخدمات الجديدة وتقديمها بتحليلات أكثر عمقًا[1].

وفي استطلاع للرأي شمل المحررين العاملين بغرفة الأخبار بصحيفة واشنطن بوست حول الطريقة التي تستطيع بها الصحف ومواقعها الإلكترونية أن تتعايش مع تنافسية الإعلام الاجتماعي وتحتفظ غرفة الأخبار بحيويتها وإنتاجيتها[2] كانت النتيجة أن تحقيق ذلك يمكن من خلال إحداث توازن دقيق بين الارتباط المستمر والخلاق بالجمهور عبر شبكات التواصل

(1) العرب، العدد 10145، 5 يناير/ كانون الثاني 2016، (تاريخ الدخول: 23 يناير/ كانون الثاني 2019)، https: / /bit.ly /2Gp1y3v.

(2) Gretchen A. Peck, "Blending the best of old and new," Editor & Publisher, Vol. 148, Issue. 2, (2015): 38-44, "accessed December 17, 2018". https://bit.ly/2ZcV9P6.

الاجتماعي من خلال تحرير المحتوى الاخباري بأشكال إبداعية تتناسب وظروف النشر عبر هذه الشبكات مع وجود آلية للتدقيق بحيث لا تتم المبادرة بالنشر إلا بعد التحقق من صحة الرواية، مع الاحتفاظ في الوقت ذاته بتكاملية الأدوار التحريرية والإخراجية بصورة تؤدي إلى إنتاج أنماط إبداعية لكتابة القصص الإخبارية.

من الأنشطة التي يستطيع الصحفيون القيام بها لتجديد مصادرهم الإخبارية واستكشاف نطاقات موضوعية خلاقة هي الاشتراك في عدد من مجموعات الواتساب أو التليغرام من خلال الاتصال ببعض أفرادها عبر فيسبوك. أي أن يكون هذا الاندماج داخل المجموعة مقصود لالتقاط موضوعات مبتكرة تصلح للنشر عبر مواقع الصحف الإلكترونية أو حساباتها على شبكات التواصل الاجتماعي. والتحدي الذي يواجه الصحفيين الذين يمارسون هذا النشاط هو القدرة على التفريق بين المعلومات الصحيحة والكاذبة وتقييم جدارة الموضوعات للنشر أو المشاركة[1].

واقترحت إحدى الدراسات مقياسًا يتضمن القيم الإخبارية التي ترشح الخبر للنشر في الصحف وتقدم أدلة على أن توافر هذه القيم نفسها في الأخبار المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي يضاعف من احتمالية مشاركتها على نطاق واسع، وهذه القيم تتضمن: القرب المكاني، والصراع، والاهتمامات الإنسانية، والاختصاص الحصري، والسمات الإيجابية أو السلبية القوية. ورصدت بعض الاستثناءات الطفيفة في آليات المشاركة عبر فيسبوك وتويتر. وهذه النتيجة تعني أن السمات التي ترفع القيمة الإخبارية للمحتوى الصحفي لا تتغير كثيرًا عند نشرها عبر شبكات التواصل الاجتماعي بل إن توافرها يزيد من فرص مشاركتها على نطاقات واسعة[2].

يُعَدُّ تحويل بعض الأحداث الجارية إلى بث مباشر عبر تويتر مهمًا لتحقيق نوع من الارتباط

---

(1) Rob Tornoe, “Open Invitation: One editor’s hunt for stories leads him to ‘untapped corners of the internet,” Editor & Publisher, Vol. 151, Issue. 9, (2018): 26-27, “accessed December 25, 2018”. https://bit.ly/31f13Rx.

(2) Damian Trilling and Petro Tolochko & Björn Burscher, “From Newsworthiness to Shareworthiness: How to Predict News Sharing Based on Article Characteristics,” Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol. 94, Issue. 1, (2017): 38-60, “accessed December 24, 2018”. https://bit.ly/2RyNVk4.

بمحتوى مواقع الصحف الإلكترونية التي تقدم بثًّا مباشرًا للأحداث. وكما يصبح هذا الإجراء مفيدًا في حالة القنوات التليفزيونية فإنه كذلك يمكن أن يكون مساعدًا على ربط جمهور تويتر بمواقع الصحف الإلكترونية في حالة متابعتها الحية للأحداث. ويتطلب ذلك الاعتماد على محررين متخصصين يتعاملون مع تويتر كظهير متكامل وملازم للمحتوى الاتصالي المنشور عبر الموقع[1].

وعلى صعيد الإعلام العربي يمكننا المقارنة بين نمطين للتعايش بين الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي يتبادلان فيهما مواقع القيادة وفقًا لطبيعة القضية المثارة وأدوار الفاعلين الرئيسيين فيها. وتتم المقارنة في هذا السياق بين كلٍّ من قضية اغتيال الصحفي السعودي، جمال خاشقجي، في قنصلية بلاده بإسطنبول في مقابل التعاطي الإعلامي مع قضية هروب الفتاة، رهف محمد القنون. ففي القضية الأولى أمسكت منصات الإعلام التقليدي والصحف الإلكترونية التابعة له بزمام القيادة كون الجهات الفاعلة الأصيلة في هذه القضية جهات رسمية في موقع السلطة سواء من الجانب السعودي أو الجانب التركي. بينما حدث العكس تمامًا في قضية رهف القنون؛ حيث أمسكت مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها تويتر، بزمام القيادة كون الفاعل الرئيس في هذه القضية قد اختار هذه المنصة لتكون وسيلته الأولى في التواصل مع العالم منذ بداية القضية وإلى الآن. ففي حالة التناول الإعلامي لقضية خاشقجي بدأت السلطات التركية في الثالث من أكتوبر/ تشرين الأول 2018 تتحدث عبر صحافتها عن اختفاء الصحفي في قنصلية بلاده بإسطنبول وفي المقابل تتحدث السلطات السعودية عن مغادرته لمبنى القنصلية ولكن دون دليل على ذلك. وبشكل مواز، يطلق صلاح خاشقجي، ابن الصحفي المغدور، هاشتاغًا لا يزال متفاعلًا إلى الآن على تويتر وهو «#أين-جثة-جمال-خاشقجي» كرمز لغياب الحقيقة حول اختفائه وخاصة بعد أن اعترفت السلطات السعودية من خلال بيان المدعي العام بأن الصحفي تم قتله داخل القنصلية. وهكذا ظلت مواقع التواصل الاجتماعي تتلقى ما يصدر عن الجهات الرسمية من الجانب السعودي والجانب التركي، بالإضافة لمواقف الدول الأوروبية، والرئيس دونالد ترامب،

(1) Theresa Sauter, Axel Bruns, “Tweeting the TV event, creating ‘Public Sphericules’: Ad Hoc Engagement with SBS’S go back to where you came from - season 2,” Media International Australia, Vol. 152, (2014): 5-15, “accessed December 24, 2018”. https://bit.ly/31buNyN.

ومجلس الشيوخ الأميركي، وجينا هاسبل، رئيسة وكالة المخابرات المركزية الأميركية، حول التسجيلات التي سمعتها توثق للجريمة، إلى جانب تحليلات الصحافة العالمية كالإندبندنت والأوبزرفر البريطانيتين لتذكية الهاشتاغات التي تتساءل عن الحقيقة الكاملة حول الجريمة ومعاقبة المسؤولين عنها. في المقابل، كان تويتر هو المفجِّر الأول لقضية رهف محمد القنون؛ حيث قامت ببث تسجيل تطالب فيه بحق اللجوء هروبًا من تسلط أسرتها وانتشر بعده مباشرة هاشتاج «#اسقطوا_الولاية_ولا_كلنا_بنهاجر» والذي حظي بتفاعل كبير وأثار ردود أفعال مختلفة. إلا أن الصحافة الإلكترونية كانت في هذه القضية في موقف رد الفعل والذي انصب بشكل كبير -خاصة في الصحف السعودية- على النظر للقضية باعتبار أن رهف تم استغلالها لتحقيق مصالح سياسية لكندا على حساب السعودية وأن الفتاة قد تم التغرير بها. وتناول الإعلام السعودي ما صدر عن رهف من تغريدات وتصريحات وصُوِّر بأسلوب ناقد لتسفيه الخطوة التي أقدمت عليها ولتحذير غيرها من القيام بفعل مشابه.

مواقع الصحف الإلكترونية، إلى أين؟

بعد أن سادت رؤية متفائلة حول قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على تحقيق ديمقراطية الاتصال، تراجعت هذه الرؤية الآن وحلَّ بدلًا عنها الاعتقاد بأن تلك الشبكات تمنح النفوذ والقوة الاتصالية لنخبة لها القدرة على الوصول إلى المعلومات من داخل دوائر ومؤسسات صنع القرار. ومن ثم أصبحت المشاركة العامة في الموضوعات المطروحة من جانب هذه النخبة تصبُّ في النهاية لخدمة مصالحها في المقام الأول[1]. قد يمثِّل هذا التراجع فرصة لإنعاش مواقع الصحف الإلكترونية من خلال فتح المجال لقنوات تواصل مباشرة مع الجمهور للمشاركة ليس فقط في صناعة المحتوى الإخباري ولكن للتواصل فيما بينهم في الأمور العامة والخاصة دونما تقيد بالأعراف المهنية التي تحكم عمل المواقع الرسمية للصحافة الإلكترونية.

ويشير الباحثون إلى أنه ليس ثمة إجماع بين دارسي وفاعلي الفضاء الإعلامي حول مستقبله. فالبعض يتشكك في استمرارية نموذج إعلام المواطن التشاركي، ويؤمن باستمرارية دور الإعلام المهني المحترف بينما يعتقد آخرون بالقدرية التاريخية التي لا يمكن تجاوزها لهذا

(1) Sue Robinson, Yidong Wang, "Networked News Participation: Future Pathways," Media and Communication, Vol. 6, Issue. 4, (2018): 91, "accessed December 23, 2018". https://bit.ly/2DRpr25.

النموذج مع تأكيدهم على الإشكاليات الاقتصادية والقانونية التي يواجهها بالإضافة إلى تحديات الممارسة المهنية المتعلقة بقيم المصداقية والموضوعية والنزاهة والافتقاد إلى المسؤولية والمحاسبة[1].

ويوصي سعود كاتب، وهو أحد الباحثين الذين يجمعون بين الخبرة الأكاديمية والممارسة المهنية، بأنه إذا أرادت الصحف الإلكترونية البقاء في زمن شبكات التواصل الاجتماعي فعليها إحداث تغيير جذري في أسلوب الإدارة بحيث يتخلص تمامًا من القيود التقليدية التي ترتبط بزمن الصحيفة الورقية، وأن تسعى لتنويع مصادر الدخل من خلال بيع المحتوى ذي القيمة المضافة وتطوير خدمات التجارة الإلكترونية لإتمام عمليات البيع والشراء عبر مواقعها بما يؤدي لجذب فئة جديدة من المعلنين. بالإضافة إلى إتاحة الفرصة دومًا لإبداء الرأي وإثراء المحتوى بالوسائط المتعددة وتجربة الدخول في شراكات استراتيجية مع مؤسسات إعلامية إذاعية أو تليفزيونية يمكنها إثراء المحتوى الإخباري للصحيفة الإلكترونية[2].

كما أشارت إحدى الدراسات إلى أن توجه الصحفيين إلى العمل في مشروعات اجتماعية يمكن أن يكون بديلًا عن العمل في المؤسسات الصحفية التي اضطرت إلى الاستغناء عنهم في ظل المعطيات التنافسية التي فرضتها شبكات التواصل الاجتماعي، واهتمت الدراسة بمعرفة السمات الشخصية التي يمكن أن تحدد نوع المشروع الذي يستطيع الصحفي الاندماج فيه مستقبلًا[3]. ويُؤَمِّل بعض الباحثين في وجود فرص جيدة في المستقبل القريب لإنتاج أشكال إعلامية جديدة مرتكزة على مشاركات الجمهور في ظل الخفوت المتزايد للحدود الفاصلة بين منتجي الأخبار ومستهلكيها والنضوج الواضح لبعض أشكال مشاركة الجمهور سواء من خلال وسائل التواصل الاجتماعي أو صحافة المواطن[4]. ويُعَدُّ التطور المستمر في تكنولوجيا

---

(1) الصادق رابح، **فضاءات رقمية: قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات**، ط 1 (لبنان، دار النهضة العربية، 2013)، ص 337.

(2) سعود صالح كاتب، **الإعلام القديم والإعلام الجديد، هل الصحافة المطبوعة في طريقها إلى الانقراض؟**، ط 3 (خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، 2018)، ص 296-303.

(3) Huei-Ching Liu and Ching Yin Ip & Chaoyun Liang, “A New Runway for Journalists: On the Intentions of Journalists to Start Social Enterprises,” Journal of Entrepreneurship, Management, and Innovation, Vol. 14, Issue. 2, (2018): 83, “accessed December 22, 2018”. https://bit.ly/2WBHHnn.

(4) Karin Wahl-Jorgensen et all, “The Future of Journalism,” Journalism Studies, Vol. 17, Issue. 7, (2016): 801-807, “accessed December 22, 2018”. https://bit.ly/31fAwDO.

الهواتف المحمولة عاملًا مساعدًا جيدًا لتطوير مشاركات الجمهور وتمكين الجماعات المضطهدة وأولئك القاطنين في الأماكن النائية في العالم. وهي كذلك تمثِّل تحولًا جوهريًّا في الصحافة المصورة حيث مكَّنت غير المحترفين من إنتاج محتوى مصور معقول الجودة يمكن تداوله عبر شبكات مثل إنستغرام وفليكر.

الميديا «مورفولوجي» بدلًا من الميديا «إيكولوجي»

على الرغم من رواج استخدام المنظور الإيكولوجي في تحليل الواقع الإعلامي في العديد من الأنظمة الاجتماعية والسياسية، إلا أنه لم يخل من الانتقادات التي طالت فروضه النظرية ونتائجه التحليلية؛ حيث يدعي جوناثان ميللر (Jonathan Miller) أن استخدام ماكلوهان للمنظور الإيكولوجي كان توظيفًا لرؤية ذاتية في صياغة فروض موضوعية، وكان أجدر به أن يتراجع عن هذه الرؤية التي يرى أنها لم تحقق النجاح المطلوب في تفسير الظواهر الإعلامية ومسيرة تطورها. كما يعتقد رايموند روزينتال (Raymond Rosenthal) بأن المنظور الإيكولوجي يفتقر إلى الأدلة والبراهين التي تدعم ادعاءاته، وأن ما كتبه ماكلوهان في هذا السياق لا علاقة له بالبحث العلمي الرصين. وكذلك انتقد لانس شترات مبالغة علماء إيكولوجيا الإعلام في الترويج لنظرية «الانقسام العظيم» (Great Divide) في تاريخ وسائط التواصل الإنساني بين مرحلتي الشفوية والكتابية ومرحلتي الهيروغليفية والألفبائية[1].

ومن وجهة نظر الباحث، يُعَدُّ تبنِّي المنظور الإيكولوجي في تفسير الظواهر الإعلامية انحيازًا للمنظور الطبيعي/ المادي في فهم تاريخ التطور الإنساني، وهو ما يمثِّل إقحامًا للنموذج المعرفي أُحادي البعد في دراسة ظواهر إنسانية متشابكة الأبعاد تستجيب تفسيريًّا للنماذج المعرفية المركبة[2]. على سبيل المثال، ينطوي تعريف ماكلوهان لمصطلح إيكولوجيا الإعلام على تناقض مفاهيمي ينبع من اعتبار أن الوسائل الإعلامية تتساند من أجل البقاء ولكنها لا تلغي إحداها الأخرى، وفكرة «التساند» تتناقض معرفيًّا مع فكرة «الصراع» من أجل البقاء والتي تُعَدُّ القانون الأول لحياة الكائنات داخل نظام بيئي ما، فكل نظام حيوي

---

(1) Lance Strate, “Studying media as media: McLuhan and the media ecology approach,” Media Tropes, Vol. 1, Issue. 1, (2008): 133, “accessed December 22, 2018”. https://bit.ly/2HJtH7t.

(2) عبد الوهاب المسيري، العلمانية الجزئية والعلمانية الشاملة، (القاهرة، دار الشروق، 2008)، ج 1، ص 3.

ينطوي على سلسلة غذائية يصبح فيها كل كائن قناصًا لكائن أضعف وفي الوقت ذاته فريسة لكائن أقوى. ومن ثم لا يمكننا اعتماد هذا التصور لتفسير التغييرات الناتجة عن التطور في الحياة الإنسانية والتي يمكن أن يلعب فيها العقل -بما يؤدي إليه من قرارات أكثر رشادة والأخلاق بما تؤدي إليه من صيانة للعلاقات الاجتماعية والارتقاء بها- أدورًا مهمة في صياغة أنماط التطور الممكنة. أي إن استعارة المنظور الإيكولوجي لتفسير علاقات الوسائل الإعلامية ببعضها وتفاعلها مع الوجود الإنساني غير دقيق من جانبين، الأول: أنه لا يعكس بواقعية طبيعة القانون الحاكم للعلاقات بين الكائنات الحية داخل النظام الحيوي، والثاني: أنه لا يقدم تفسيرات علمية للتغيرات التي تحدث في أدوار الوسائل الإعلامية والأسباب الكامنة وراء ظهور الأشكال الجديدة للتواصل الإنساني.

وبشكل أكثر تحديدًا، فرضت التطورات المتلاحقة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خلال العقود الثلاث الأخيرة واقعًا جديدًا على وسائل الإعلام التقليدية ومن بينها مواقع الصحف الإلكترونية ما دفع الأخيرة إلى تبني أشكال جديدة للتواصل مع الجمهور والتخلي عن أشكال أخرى تعطلت وظيفتها بفعل التطور، أي إن التغيير الذي يحدث ويُتوقع استمراره ليس تغييرًا «تسانديًّا» كما يدعي ماكلوهان، فالتساند غالبًا ما يحدث بين الأنواع المتشابهة لوجود مصالح مشتركة بينها ولكنه لا يحدث بين الأنواع المتنافسة، بل هو -من وجهة نظر الباحث- تغيير «تحولي» (Morphological) في أشكال تقديم الخدمة الإعلامية للجمهور، ومن هنا قد يكون تبنِّي منظور «الميديا مورفولوجي» أكثر دقة في التعبير عن طبيعة التطورات في الساحة الإعلامية من منظور إيكولوجيا الإعلام. ولعل ما عبَّر عنه رئيس تحرير صحيفة نيويورك تايمز في مطلع الألفية الثانية من أن تغييرات حتمية في طبيعة الخدمة الصحفية ستحدث، لأن وظيفة المؤسسات الإعلامية ليست في بيع الأوراق ولكن في بيع الخدمة الإخبارية أيًّا كان نوع الوسيط المستخدَم في نقلها أو كما عبَّر حرفيًّا: «نحن لا نبيع السفن ولكن نبيع خدمة النقل»؛ ما يعني أن الاستجابة المطلوبة من المواقع الإلكترونية أو غيرها من الوسائط الإعلامية تكمن في قدرتها الحيوية على التحول للتواصل مع الجماهير المستهدفة بأكثر الواجهات ثراء من الناحية الاتصالية وجذبًا من الناحيتين التقنية والاقتصادية[1].

ومن ثم يمكننا استخلاص النقاط التالية كإجابات للتساؤلات الرئيسة التي طرحتها الدراسة:

---

(1) فاطمة الزهراء محمد أحمد، تقنيات توثيق المعلومات الصحفية في الصحافة المصرية، (رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، 2001).

1 - تظل حالة التنافسية قائمة بين نمطي الصحافة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي مع ميزات تفضيلية متزايدة لصالح الأخيرة نتيجة لتطور تكنولوجيا الهواتف المحمولة مع وجود بعض الفرص التي إذا أحسنت الصحف الإلكترونية استخدامها فقد يساعد ذلك في استعادة بريقها، مثل القدرة على إحداث توازن بين التَّحقُّق من صحة ودقة الأخبار وسرعة نشرها، وكذلك استخدام شبكات العلاقات المحلية من خلال اندماج المحررين في مجموعات الاتصال ذات الاهتمامات العامة المشتركة واستخدام الحوارات الدائرة فيها لتوليد أفكار جديدة لمحتوى صحفي إبداعي. بالإضافة إلى بذل الجهد في استقطاب المتميزين من منتجي المحتوى المكتوب أو متعدد الوسائط عبر شبكات التواصل الاجتماعي ودمج إنتاجهم بشكل تكاملي مع مضمون الموقع الإلكتروني للصحيفة.

2 - من الإنصاف القول بأن التحديات التي تواجه الصحف الإلكترونية تشمل كذلك كل منتجي المحتوى على الشبكة العنكبوتية، فإذا سلمنا بأن كل محتوى منشور مُمَوَّل بطريقة مباشرة أو غير مباشرة فإنه حتى التحدي الاقتصادي يطول الجميع. لكن ما يجعل هذا التحدي أكثر شراسة بالنسبة للصحف الإلكترونية هو أنها تتواصل مع الجمهور بصفتها المؤسسية لا بصفة شخصية، بينما تعتمد حسابات مواقع التواصل الاجتماعي على تطوير الاتصال الشخصي مع المشتركين والمتابعين بما يزيد من شعبيتهم وبالتالي تزيد فرصتهم في استقطاب الدخول المادية دون حاجة للخضوع إلى تحكمات المعلنين. ومما كشفت عنه الدراسات أن انتشار الأخبار الكاذبة يضر بحسابات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أكبر لافتقارها لآليات التدقيق والتحقق وهو ما يعطي للصحف الإلكترونية فرصة لإثبات مهنيتها خاصة مع الحرص على متابعة القصص الإخبارية التي تهم الرأي العام والاتجاه نحو الصحافة الاستقصائية التي تحتاج لتخطيط على مدى طويل لبحث وتوثيق ملفات مهمة لا يستطيع هواة الاعلاميين تناولها نظرًا لافتقارهم لمعرفة أصول المهنة ولافتقاد معظمهم روح الفريق التي تميز العمل الصحفي الاستقصائي.

3 - ما من شك في أن هناك عدة مسارات تستطيع الصحف الإلكترونية المضي قدمًا فيها لتتكيَّف مع واقع الاستحواذ المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي على اهتمامات المستخدمين الإخبارية إلا أن جميع هذه المسارات يؤدي إلى مساحة واحدة وهي الاتصال المباشر مع جمهور الشبكات والبحث عن نطاقات تعاون مشتركة لإنتاج محتوى إعلامي

بشكل جديد على أن تشمل الاتصالات كلًّا من الجماهير المتفاعلة على التطبيقات العالمية وكذلك التطبيقات المحلية مثل تطبيق وي تشات (WeChat) وشبكة ويبوو (Weibo) الصينية.

4 - يبدو أن استمرار مواقع الصحف الإلكترونية مرتهن بشكل أساسي بالنجاح في مواجهة التحدي الاقتصادي. فربما تنجح سياسات المواجهة المهنية لبعض الوقت في جذب اهتمام الجمهور إلا أنه ليس من المتوقع أن تصمد على المدى البعيد في ظل التطورات التقنية التي يبدو أنها تعمل لصالح تطبيقات الاتصال عبر الهواتف المحمولة والمرتبطة في الأساس بشبكة العلاقات الشخصية. ولذلك، فإن استفادة مواقع التواصل الاجتماعي من هذه التطورات سيكون أكبر من استفادة مواقع الصحف الإلكترونية إلا إذا تخلت المؤسسة الصحفية عن نافذتها التقليدية لتزويد الجمهور بالخدمة الصحفية وفكّكت محتواها في شكل تطبيقات متخصصة يتم إعادة تأهيل محرري الأقسام للتعامل معها، يختار منها الجمهور ما يناسب اهتماماته على أن يتم دمج محتوى التطبيقات مع محتواها المنشور عبر حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي والذي يجب تحريره بشكل يزيد من شغف القارئ بزيارة موقع الصحيفة لمعرفة الأبعاد الكاملة للقصة الإخبارية.

الفصل الثامن

كيف غيَّرت جائحة كورونا صناعة الصحافة والميديا؟

الصادق الحمامي

أستاذ مشارك في معهد الصحافة وعلوم الإخبار بجامعة منوبة

مقدمة

تُعَدُّ أزمة كورونا أزمة فريدة في تاريخ البشرية المعاصر ذهب ضحيتها عشرات الآلاف من المصابين بالفيروس المستجد كوفيد- 19، وأُجبِرت البشرية على الالتزام بالبيت وتغيير أنماط الحياة لأسابيع عديدة وتعطيل الاقتصاد وغلق مرافق الحياة العامة من تعليم وتجارة. ويمكن القول: إنها أزمة شاملة، كما يرى عالم الاجتماع، إدغار موران (Edgar Morin)[1]: أزمة كونية جمعت الإنسانية في مصير واحد، وأزمة اقتصادية يمكن أن تفضي إلى الفوضى والخصاصة، وأزمة اجتماعية كاشفة لقيم المساواة الاجتماعية، وأزمة حضارية عرَّت أعطاب النموذج الاستهلاكي المعولم. ويمكن أن نضيف إلى هذه الأزمات أزمة أخرى لا تقل أهمية عنها كلها، وهي الأزمة المعلوماتية أو «الاختلال المعلوماتي» (Information Disorder) الذي يمكن أن يختزله مصطلح «الوباء المعلوماتي» (Infodemic) الذي أطلقته منظمة الصحة العالمية، وهو يحيل على انتشار الأخبار الكاذبة ونظريات المؤامرة بالشكل ذاته وبالوتيرة والخطورة نفسها التي تنتشر بها الجائحة، مما يُدخل على أنظمة الاتصال المؤسساتي اختلالًا لا يقل تأثيرًا عن الجائحة ذاتها.

في هذا الإطار تتناول الدراسة إشكالية تأثيرات أزمة جائحة كورونا على صناعة الصحافة والميديا من منظور سياقات متعددة، عربية وأوروبية وأميركية، في الوقت ذاته. كما تهدف إلى استكشاف هذه التأثيرات على المدى القريب والمدى البعيد ومعالجتها، نظريًّا، في سياقاتها المتعددة الصناعية والصحفية المهنية وحتى الثقافية. وتكتسي معالجة تأثيرات أزمة جائحة كورونا من منظور ثنائية المدى القريب والمدى البعيد أهمية بالغة ليس فقط لأنها جلية في النقاش المهني والبحثي في السياقات الأوروبية والأميركية، بل لأن هذه المقاربة (أي النظر إلى انعكاسات الأزمة وتأثيراتها الفورية والبعيدة) تُمثِّل فرصة سانحة لاستئناف النقاش بمعطيات جديدة في الإشكاليات

(1) Edgar Morin, “Cette crise nous pousse à nous interroger sur notre mode de vie, sur nos vrais besoins masqués dans les aliénations du quotidien,” lemonde.fr, April 19, 2020, “accessed April 20, 2020”. shorturl.at/wBL08.

الكبرى التي تعيشـــها الصحافة والميديا، بل إن إشـــكالية تأثيرات الجائحة لم تكن في واقع الأمر سوى فرصة للاستمرار (أو لاستئناف) النقاش ذاته حول مستقبل الصحافة والميديا الذي لن يتوقف أبدًا.

ويمكن تفصيل مسألة تأثيرات جائحة كورونا على مهنة الصحافة وصناعة الميديا إلى مشكلات فرعية متعددة على غرار تأثيرات الأزمة على اقتصاد الميديا وعلى سوق الإعلان (أولًا)، ومســتقبل الصحافــة المطبوعة (ثانيًا)، والإجــراءات المتعددة التي اتخذتها الحكومات لدعم الصحافة بشــكل خاص وصناعة الميديا بشكل عام (ثالثًا)، وعلى ممارسات استهلاك الميديا والاعتماد على الأخبار والثقة فيها في سياق الأزمات (رابعًا)، واســتراتيجيات الابتكار والتجديد التي وضعتها صناعة الميديا في المجالات التحريريــة (المضاميــن والتغطيــة) والتجارية (تســويق المنتجــات) أو التكنولوجية والانخراط في الخيار الرقمي ووضع طرق مبتكرة للعمل عن بُعد) (خامسًا).

1. اعتبارات منهجية

يمكن تصنيف الدراســة في فئة الدراسات الاســتطلاعية، لأن موضوعها يتعلَّق بظاهــرة مســتجدَّة فريدة من نوعها كما أســلفنا. فتأثيرات جائحــة كورونا على مهنة الصحافة وصناعة الميديا لا تزال مستمرة. وهي على هذا النحو دراسة تُنجَز والظاهرة لا تزال تتشــكَّل أمام أعيننا لم تســتقر بعد تأثيراتها حتى ندرســها بالقدر الكافي من المسافة الضرورية.

وفي هذا الإطار بالذات يُقِرُّ بعض الباحثين[1] بصعوبة التحليل الصارم أو بنَمْذَجَة علمية وشكلية (formal modelling) لظاهرة متغيرة، خاصة في غياب مناهج يمكن أن تقيس بشكل موضوعي (أو كمي) تأثيرات الأزمات على اقتصاد الميديا مثلًا. ولهذا الســبب نلاحظ أن الدراسات المتاحة بخصوص تــأثيرات جائحة كورونا على مهنة الصحافة وصناعة الميديا تقوم عادة على فرضيات مما يعزز الطابع الاستطلاعي لهذه الدراسة.

(1) Rasmus Kleis Nielsen, “What will the Coronavirus pandemic mean for the business of news?,” Reuters Institute for the Study of Journalism, March 2020, “accessed April 20, 2020”. shorturl.at/cdwJ8.

فعلى سـبيل المثال، يمثِّل قياس انعكاسـات الأزمات الاقتصادية (أزمة 2009 مثلًا) على اقتصاديات صناعات الميديا مشكلًا (نظريًّا ومنهجيًّا) عويصًا. أما الدراسات العلميـة التـي تبحث في هذه العلاقة السـببية بين الركـود الاقتصادي (Economic Recession) وتراجع الاسـتثمار في الميديا فهي نادرة جدًّا، ومن تأثيرات بعضها أن الإنفاق في الإعلان (في السياق الأوروبي والأميركي) يتراجع بنسبة 5 ٪ كلما تراجع الاقتصاد بنسـبة 1 ٪. كما أن الصحافة المطبوعة تتأثر أكثر من أنواع الميديا الأخرى بالأزمـة (4 مـرات أكثر من التليفزيون)، وتظل العلاقات السـببية بين الناتج المحلي الإجمالي ونفقات الإعلان متباينة من دولة إلى أخرى، إضافة إلى أن طبيعة الاقتصادات ودرجة التقلبات الاقتصادية وطبيعة القطاعات الصناعية المتأثرة بالأزمة والسياسـات الاقتصادية الوطنية تُمثِّل عوامل أخرى قد تلعب أدوارًا في تغيُّرات الإنفاق الإعلاني[1].

وإذا كانـت المعطيـات الأوليـة عن اسـتهلاك الأخبـار والميديـا (Media Consumption)، والمعلومات عن الاسـتراتيجيات التحريرية، متوافرة في السياقات الأوروبية والأميركية بفضل تقاليد الشفافية في صناعة الميديا، فإن السياق العربي يتسم بنقص فادح في الأرقام والإحصاءات. فدراسة تأثيرات أزمة كورونا على مهنة الصحافة وصناعة الميديا، في السـياقات الأوروبية والأميركية، كما سـنرى ذلك، تعتمد على أرقام وإحصائيات تنشـرها مؤسسات مسـتقلة ذات مصداقية على غرار مؤسسات ما يُسـمَّى بقياس الجمهور (Audience Measurement) أو بمؤسسـات قياس توزيع الصحـف (Circulation). وتُمثِّل هذه الأرقـام والإحصائيات معلومات ذات أهمية بالغة لدراسة تطورات توزيع الصحف المطبوعة والثقة في الصحافة والإنفاق الإعلاني (Advertising Expenditure). أما في العالم العربي، فإن هذا النوع من المعطيات -على غرار استطلاعات الرأي الخاصة بالثقة في الصحافة والميديا والمعطيات المتعلِّقة بقياس جمهور الإذاعة والتليفزيون والمواقع الإخبارية الرقمية وتوزيع الصحف- يظل نادرًا إِنْ لم يكن غائبًا تمامًا لأسباب عديدة، بعضها سياسي، لإخفاء عزوف الجمهور عن برامج الميديا العمومية على سـبيل المثال، وبعضها متعلق بتنظيم صناعة الميديا

(1) Robert G. Picard, “Effects of Recessions on Advertising Expenditures: An Exploratory Study of Economic Down turns in Nine Developed Nations,” Journal of Media Economics, Vol. 14, (2001): 1-14.

الذي لم يبلغ درجة من النضج لإصدار مثل هذه الإحصائيات الضرورية.

إن معظم الدول العربية -إن لم يكن كلها- لا تتوافر فيها أنظمة مستقلة وذات مصداقية معترف بها وفق المعايير الدولية لقياس جمهور القنوات الإذاعية والتليفزيونية، وهو ما يجعل من الصعب جدًّا دراسة التحولات أو التغيرات التي تطرأ على ممارسات المشاهدة والاستماع أو استهلاك الإذاعة والتليفزيون قبل الأزمة وأثناءها وبعدها. أما المؤسسات الصحفية في الصحافة المطبوعة والرقمية، فإنها لا تنشر الإحصائيات الخاصة بالتوزيع (حتى عندما يفرض عليها القانون ذلك كما هي الحال في تونس[1] مثلًا).

كما أن مؤسسات الميديا في العالم العربي ليست شفافة البتة بخصوص إيرادات الإشهار أو الإعلان ولا تكاد تعبِّر عن أرقام أو إحصائيات بشأن هذا الموضوع. ولا توجد أيضًا في العالم العربي دراسات أو تقارير إحصائية تقيس السوق الإعلانية الرقمية وتأثيرات منصات الميديا الاجتماعية على سوق الإعلان بشكل عام.

إن غياب أو محدودية المعطيات الأساسية الكمِّية الأولية عما يُسمَّى استهلاك الميديا (السمعية البصرية والصحف والمواقع الإخبارية) وسوق الإعلان يجعل من الصعب جدًّا دراسة تأثيرات الوباء على صناعة الميديا. ويمكن أن نضيف إلى هذه الصعوبة الجوهرية ندرة التقارير عن حالة الصحافة والميديا في العالم العربي باستثناء بعض التقارير التي أصدرتها منظمة اليونسكو في إطار برنامج مؤشرات تنمية الإعلام[2] في تونس والأردن وفلسطين. كما يمكن القول: إن محدودية المعرفة عن الصحافة والميديا متصلة أيضًا بالسياقات السياسية التي تمنع كثيرًا من الأحيان الباحثين من الخوض في إشكاليات الأدوار السياسية والنماذج التحريرية وممارسة المهنيين والاكتفاء بدراسة مسائل شكلية.

وفي هذا الإطار، اعتمدت الدراسة على معطيات صادرة عن مراكز بحثية على

(1) في تونس ينص الفصل 23 من مرسوم عدد 115 لسنة 2011 مؤرخ في 2 نوفمبر/ تشرين الثاني 2011، ويتعلق بحرية الصحافة والطباعة والنشر، على أن «تنشر مؤسسة تُصدر دورية، ذات صبغة إخبارية جامعة، على أعمدتها عدد النسخ التي تتولى سحبها عند كل إصدار»، لكن المؤسسات الصحفية لا تحترم أحكام هذا المرسوم.

(2) منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، مؤشرات تنمية وسائل الإعلام: إطار لتقييم تنمية وسائل الإعلام، (26-28 مارس/ آذار 2008)، shorturl.at/qtGQV.

غرار معهد رويترز لدراسة الصحافة، أو على استطلاعات الرأي التي تنشرها مراكز متخصصة مثل مركز بيو للأبحاث، أو مؤسسات أخرى متخصصة في دراسة الجمهور كما سيتبين ذلك القارئ. وما يُسهِّل على الباحث متابعة تأثيرات جائحة كورونا في السياقات الأميركية والأوروبية التقارير التي تنشرها الهيئات التحريرية عن سياستها التحريرية الخاصة بمعالجة جائحة كورونا، وهذه التقارير الموجهة إلى الجمهور العريض تندرج في إطار ثقافة الشفافية والحوار مع الجمهور والانفتاح عليه والقبول الطوعي بحقِّه في مساءلة الهيئات التحريرية الصحفية كما سنرى ذلك لاحقًا.

وبالنظر إلى غياب المعلومات والمعطيات الأولية عن تأثيرات الجائحة في السياقات العربية، استند الباحث على التقارير الصحفية المتاحة حول تأثيرات جائحة كورونا على الصحافة والميديا في مختلف الدول العربية. ونظرًا لشُحِّ المعلومات والمعطيات الصادرة عن المؤسسات البحثية وعن الميديا نفسها أو مؤسسات دراسة الجمهور، فقد سعينا إلى الحصول على شهادات من الأوساط الصحفية في عدد من الدول العربية (تونس وعُمَان والأردن واليمن وفلسطين) لتعزيز فهمنا لتأثيرات جائحة كورونا على الممارسة الصحفية ومؤسسات الميديا في السياقات العربية. وقد فضلنا الاكتفاء بسرد بعض الشهادات دون ذكر أسماء أصحابها في البحث بما أن بعضهم رفض ذلك.

وعلى هذا النحو، يمكن القول: إن البحث استند على وجه الخصوص وأساسًا على منهج التحليل الوثائقي والمقابلات ليتمكن من جمع المعطيات الضرورية للتحليل في إطار هذه الدراسة الاستطلاعية. ويُعَدُّ التحليل الوثائقي من المناهج الأساسية في العلوم الاجتماعية بجانب المنهج المسحي، وهو يسمح بالحصول على معطيات كمِّية وكيفية[1]. ويشمل التحليل الوثائقي المبررات الرسمية والإحصائيات والأرشيف؛ وهي جزء من الأدبيات التي يستعين بها الباحث، وتقدم معلومات عن السياق. ويكون لبعض المعلومات التي تُسمَّى بـ«التحليل الثانوي» (Secondary Analysis) للمعطيات دور في تحليل جديد لمعطيات كيفية وكمية متوفرة في دراسات أخرى في إطار مقاربات جديدة[2]، وهذا ما يفسر تعدد وتنوع الوثائق النى استخدمتها الدراسة.

(1) Zina O'leary, The essential guide to doing your research project, (Sage, 2017).

(2) Geoff Payne, Judy Payne, "Secondary analysis," in Geoff Payne, Judy Payne, Key

وهنا لابد أن نســوق بعض الملاحظات أيضًا حول اســتخدام مصطلح «الميديا» كبديــل عن مصطلح الإعــلام. إن الصحافة مهنة تتمثَّل في صناعة الأخبار، أي بتعبير آخــر البحث عن المعلومات ومعالجتها من المصــادر المتعددة والمختلفة وتحويلها إلى أخبار باستخدام المنهجية الصحفية واحترام الأخلاقيات المهنية. والصحافة تحيل كذلك على مضامين بعينها، أي المضامين الإخبارية التي تُنشَر في الصحف والمواقع الإخبارية من نشــرات أخبار وبرامج، والبرامج الإخبارية الإذاعية والتليفزيونية والتي ينتجها الصحفيون.

أمــا الميديــا فتحيل على مؤسســات تنتــج مضامين نحو جمهــور معين، ولا تُمثِّل الصحافة ســوى جزء من هذه المضاميــن. فالميديا على غرار القنوات الإذاعية والتليفزيونية يمكن أن تتيح وتنشــر مضامين أخرى ترفيهية مثلًا (دراما...). والميديا مؤسســة لها وجود قانوني وتنظيم تتكوَّن من عدة اختصاصات وأقسام (موارد بشرية، ماليــة، تقنية (مخرجين، مصممين...)). وتأثيرات الجائحة على الصحافة تختلف عن تأثيراتها على الميديا (كمهنة وكمؤسسة).

ولهذا السبب، يفضِّل الباحث التخلي عن مصطلح الإعلام، لأنه مصطلح مخاتل وفضفــاض ولا مرادف له في اللغات الأجنبية، فهو ليس ترجمة لمصطلح (Media) ولا ترجمــة لمصطلــح (Journalism)، بــل إنه يخلط بينهما ويفســد عملية التمييز الضرورية بين الصحافة باعتبارها مهنة وممارســة ومضامين مخصوصة، وبين الميديا باعتبارها مؤسسة، بل إنه يؤدي إلى الخلط بين مهن مختلفة كمهنة الصحافة من جهة، ومهنة إدارة البرامج الترفيهية، ويجعل من الجميع إعلاميين.

والحقيقة التي يجب أن نتنبه إليها هي أن مصطلح وسائل الإعلام الدارج في العالم العربي كان في الأصل ترجمة للمصطلح الفرنسي (Les moyens d'information) الذي لا يختزل أدوار الميديا في التبليغ على حساب الأدوار الأخرى.

2. خطاب تفكُّري حول الصحافة ومعاييرها والحوار مع الجمهور

لعــل مــن التأثيرات الأولى والبادية للعيان لجائحــة كورونا على مهنة الصحافة علــى وجه التحديد ما يمكن أن نســميه تعزيز «التفكُّريــة الصحفية» (Journalistic

concepts in social research (London: SAGE Publications, 2004), 214-218.

Reflexivity) والخطاب الصحفي على الصحافة (Metajournalistic Discourse)، والـــذي يتصل بقـــدرة الصحفيين على الحديث عن مهنتهم خارج غرف الأخبار[1] مع نظرائهـــم في الفضاءات المهنية أو أمـــام الجمهور في المجال العمومي. ويُترجِم هذا الخطاب التفكري انفتاح غرف الأخبار على الجمهور، ويتجسَّـــد في مضامين متعددة ومتنوعة تعالج مقتضيات المقاربات التحريرية في سياق أزمة جائحة كورونا على غرار الحديـــث عن واجب الإخبار، والابتعاد عن الأســـلوب الكارثي الدراماتيكي دون أن يؤدي ذلك إلى حجب الوقائع والرقابة الذاتية[2].

وقامت بعض الهيئات التحريرية بتفســـير المقاربـــة التحريرية وخيارات الجريدة كالمعاييـــر التـــي تعتمدها هيئـــة التحرير لترتيـــب الأخبار ومعالجـــة الأحداث الآنية والصعوبات التي يواجهها الصحفيون لإنجاز تقاريرهم في ســـياقات اســـتثنائية. ويُعَدُّ موقـــع «نيويـــورك تايمز»[3] نموذجًا جيـــدًا لهذا الانفتاح علـــى الجمهور عبر صفحته (Times Insider)؛ إذ قـــدَّم تقاريـــر عن كواليـــس الإنتاج الصحفي، وكيف أن غرف الأخبار أعادت تنظيم نفســـها من جديد عبر إعادة توزيع الصحفيين (إلحاق صحفيي قسم الثقافة مثلًا بقسم الأخبار العالمية) وإعادة رسم الحدود بين الأقسام التحريرية.

ونشـــرت الصحف الفرنســـية أيضًا تقارير عديدة عن الأجـــواء الداخلية لهيئات التحرير والخيارات الكبرى لسياســـات التحرير على غرار صحيفة «لوموند»[4]، وتمثِّل «الغارديـــان» نموذجًـــا جيدًا لتقاليـــد الحوار والتواصل مع الجمهـــور والانفتاح عليه. وعرضت إليزابيث ريبانس (Elisabeth Ribbans)، وهي رئيسة تحرير قسم القرَّاء[5]،

---

(1) Mark Deuze, “Online journalism: Modelling the first generation of news media on the World Wide Web,” vol. 6, no 10, (2001).

(2) Etienne Meyer-Vacherand, “Coronavirus, «Le Temps» en fait-il trop?,” Le Temps, March 2, 2020, “accessed March 5, 2020». https://bit.ly/3bEuQae.

(3) John Otis, “The Journalists Changing Roles During the Coronavirus Outbreak,” The New York Times, April 3, 2020, “accessed April 5, 2020”. https://nyti.ms/2LxIpOk.

(4) Jérôme Fenoglio, “Le Monde et la crise du coronavirus,” Le Monde, March 14, 2020, “accessed March 6, 2020”. https://bit.ly/2WY9XBD.

(5) Elisabeth Ribbans, “COVID or Covid? The comfort of pedantry at a time of national crisis,” The Guardian, April 19, 2020, “accessed April 20, 2020”. https://bit.

مقالًا تتحدث فيه عن استخدام مصطلح «فيروس كورونا»، الذي أورده 90 صحفيًّا في الصحيفة من كل الاختصاصات، في التقارير والصور والمواد السمعية والفيديوهات والبودكاست. وحسب هيئة تحرير «الغارديان»، فإن موضوع فيروس كورونا شديد الخصوصية في تاريخ الصحافة باعتباره متغيرًا يشمل كل القطاعات، ويستوجب الاتجاه إلى الخبراء وإعطاء خلفية للقارئ. وتفسِّر رئيسة التحرير أيضًا كواليس غرفة الأخبار (بالإشارة إلى عدد الاجتماعات التي تعقدها هيئة التحرير) وأسلوب تغطية الأحداث المتصلة بالجائحة (كشرح أسباب اعتماد ما يسمَّى التفسيريات explainers)، وطرق مشاركة الجمهور في أعمال هيئة التحرير عبر المقترحات[1] الخاصة بالقصص الإخبارية وتصحيح الأخطاء التي تُرسَل إلى قسم القرَّاء[2] الذي يتلقى 700 طلب واستفسار وشكوى أسبوعيًّا[3] أو مقترحات القراء.

وقد كانت أزمة كورونا أيضًا فرصة للصحفيين للنقاش في معايير التغطية المسؤولة (Responsible Reporting)، خاصة في سياق يتسم بالخوف من الفيروس وبانتشار الأخبار الكاذبة[4]. ويوصي الخبير الصحفي آل توبكينس (Al Tompkins) باجتناب الصفات كأن نقول مثلًا: «الفيروس القاتل»، لأن ذلك يمكن أن يسهم في تعزيز الشعور بالخوف والهلع، مع مراعاة الالتزام بالوقائع الباردة والموضوعية[5].

---

ly/2WxXXYo.

(1) كما خصصت الصحيفة صفحة خاصة باستقبال أفكار الجمهور وتجاربه، وتدعو القراء إلى مشاركة هيئة التحرير الأخبار والمعلومات، والتجارب بطريقة مجهَّلة وإرسال الصور والفيديوهات بواسطة تطبيق (Serelay).

"Tell us: how have you been affected by the coronavirus?," The Guardian, "accessed April 20, 2020". shorturl.at/gBEW9.

(2) Elisabeth Ribbans, "The role of the Guardian's global readers' editor," The Guardian, September 23, 2013, "accessed March 17, 2020". https://bit.ly/2TpkiFV.

(3) Elisabeth Ribbans, "COVID or Covid? The comfort of pedantry at a time of national crisis," The Guardian, April 19, 2020, "accessed April 20, 2020". https://bit.ly/2WxXXYo.

(4) Coronavirus: Responsible reporting and ethics," First Draft, March 11, 2020, "accessed" March 13, 2020". https://bit.ly/2Lt80YF.

(5) Al Tompkins, "How newsrooms can tone down their coronavirus coverage while still reporting responsibly," poynter, March 4, 2020, "accessed March 9, 2020". https://

وكشــفت أزمة كورونــا محدودية هذا الخطاب التفكُّري في الســياقات المهنية العربيــة، ويعود ذلك إلى أســباب عديــدة منها غياب الحريــات الصحفية في عديد مــن الدول العربية التي تقلِّص من فــرص النقاش في الصحافة وفي أدوارها وقيمتها التحريريــة. ويُضْعِف غياب الحريــات الصحفية ومحدوديتها من انفتاح غرف الأخبار على الجمهور ومشــاغله والتفاعل والحوار معه؛ فالصحافة في العالم العربي وبسبب الســياقات الســلطوية التي تعمل فيها منذ عقود لم تطوِّر نموذجًا تفاعليًّا مع الجمهور مما يفســر غياب أو محدودية آليات التنظيم الذاتي (Self Regulation) على غرار مجالس الصحافة التي تسمح للجمهور بتقديم شكاوى في المضامين الصحفية، وندرة ما يُسمَّى وظيفة الـمُوَفِّق الصحفي (Ombudsman) الذي يتلقى شكاوى الجمهور[1]. وبشــكل عام، يمكن القول: إن ثقافة الحوار مع الجمهور والانفتاح عليه متصلة بعدة تحــولات داخــل المجال الصحفي ولا يمكن أن تظهر مــن دولة واحدة حتى عندما تتوافر الحريات العامة والصحفية[2].

3. الإقبال على الأخبار وثقة الجمهور في الصحافة والميديا في سياق أزمة كورونا

تفيد كل المؤشرات من شهادات مؤسسات الميديا أو من المعطيات التي توفرها دراســات قياس الجمهور أن الإقبال على المضامين الإخبارية بلغ مســتويات قياسية. فعلى ســبيل المثال، بلغ عدد المســتخدمين الجدد الذين تصفحوا النســخة الأميركية لموقــع «الغارديــان» 114 مليون زائر جديد، في مــارس/ آذار 2020، وهو ما يُمثِّل تطورًا بنسبة 86 ٪. وحقق تقرير تفسيري حول تعريف فيروس كورونا ونسبة الوقاية منه أرقامًا قياســية، أما صحيفة «التلغراف» فقد حققت تطورًا في عدد مشــتركيها بقناة

bit.ly/2T5pezm.

(1) للتوسع حول مفهوم الموفق الإعلامي انظر: «الموفق الإعلامي: دليل المستخدم»، Organization of News Ombudsmen، (تاريخ الدخول: 20 أبريل/ نيسان 2020)، shorturl.at /hDEQS.

(2) انظر حول مسألة الحوار مع الجمهور في السياق التونسي الصادق الحمامي، «ملف: مستقبل الصحافة التونسية بعد انتخابات 2019: الحوار مع الجمهور»، Ultra، تونس 26 أكتوبر/ تشرين الأول 2019، (https: / /bit.ly /2zJGyD2).

اليوتيوب؛ تجاوز المليون[1].

وحســب دراسة نشرها مركز كنتار (kantar) حول سلوكيات المستهلكين[2] في الأزمة (عينة من 25 ألف مســتهلك في 30 بلدًا)، ارتفعت نســبة اســتخدام الإنترنت بـ70 ٪، ثم التليفزيون بنسبة 63 ٪، والميديا الاجتماعية بنسبة 61 ٪. أما أكثر تطبيق ارتفع استخدامه فهو «الواتساب».

لكن هل يعني هذا أن الصحافة حققت فوزًا ما في هذه الجائحة باســتعادة ثقة المواطنين فيها أو بتعزيزها على الأقل؟

تشير كل المعطيات المتوافرة إلى غير ذلك في كثير من الحالات، ويُمثِّل قياس ثقة الجمهور في الصحافة تقليدًا راسخًا في الثقافة المهنية، وفي هذا الإطار تكاثرت أثناء أزمة جائحة كورونا استطلاعات الرأي لقياس ثقة الجمهور في الصحافة باعتبارها مصــدرًا من مصادر المعلومات الموثوقة عــن مختلف أبعاد فيروس كوفيد19-. فقد أنجز مكتب الدراسات الأميركية «إيدلمان» (Edelman) استطلاع رأي في عشر دول ممثلــة لــكل القارات[3] أفرز عدة تأثيــرات مهمة؛ إذ عبَّر 43 ٪ من أعضاء العيِّنة عن ثقتهم في التغطية الصحفية لأخبار الجائحة. كما كان الصحفيون من أقل المصادر التي يثق فيها الجمهور (64 ٪) الذي يعتمد في المقابل على معلومات ومعطيات وأخبار عن الفيروس بالاســتماع إلى آراء الخبراء والأطباء؛ إذ إن 85 ٪ من العينة يفضلون الاســتماع إلى الباحثين والعلماء وبدرجة أقل إلى السياســيين. وبحسب الدراسة، فإن 51 ٪ مــن المســتجوبين يرون أن الأخبار التي تقدمهــا الميديا صحيحة مقابل 8 ٪

(1) Jacob Granger and Daniel Green, “Corona bump provides an opportunity for news outlets to grow loyal audiences,” Journalism, April 10, 2020, “accessed April 12, 2020”. https://bit.ly/361mMz8.

(2) Sabrina Louandre, “Baromètre COVID-19: l’étude mondiale sur les attitudes des consommateurs, les habitudes et attentes médias en période de pandémie,” Kantar, March 26, 2020, “accessed March 30, 2020”. https://bit.ly/3fSg1Ew.

(3) أُجري الاستطلاع، في 6–10 مارس/ آذار 2020، في عشر دول، هي: البرازيل، وألمانيا، وفرنسا، وكندا، وإيطاليا، واليابان، وجنوب إفريقيا، وكوريا الجنوبية، وبريطانيا، وأميركا، وذلك بالاعتماد على عينة تتكوَّن من 10 آلاف مبحوث بمعدل 100 مبحوث عن كل دولة.

Edelman Trust Barometer Special Report: Trust and the Coronavirus,” Edelman, March 2020” 10-6, 2020, ”tHX25/ shorturl.at .”accessed April 20, 2020.

بالنسبة للمصادر الحكومية.

وبحسب استطلاع رأي آخر أنجزه مركز بيو للأبحاث، في الفترة من 19 إلى 24 مارس/آذار 2020، فإن 54 ٪ من الأميركيين مقابل 46 ٪ يعتبرون أن التغطية الصحفية متوسطة أو رديئة. وتختلف آراء الأميركيين حسب المنصة التي يستخدمونها (التليفزيون، الصحافة الرقمية)[1].

وفي استطلاع رأي أنجزته مؤسسة كنتار بيَّن أن الميديا التقليدية (إذاعة وتليفزيون وصحافة مطبوعة)، تعتبر المصدر الأكثر مصداقية 52 ٪، ثم يأتي في المرتبة الثانية المواقع الحكومية بنسبة 48 ٪. ويعتبر 11 ٪ فقط من المستجوبين أن الميديا الاجتماعية جديرة بالثقة[2].

كما بيَّنت دراسة صدرت عن نفس المركز أيضًا حول تمثُّلات وسلوكيات المستهلكين في الدول الصناعية السبع أن النشرة التليفزيونية تأتي في المرتبة الأولى قبل الأطباء ومهنيي الصحة ثم الحكومة والسياسيين في حالات عديدة[3].

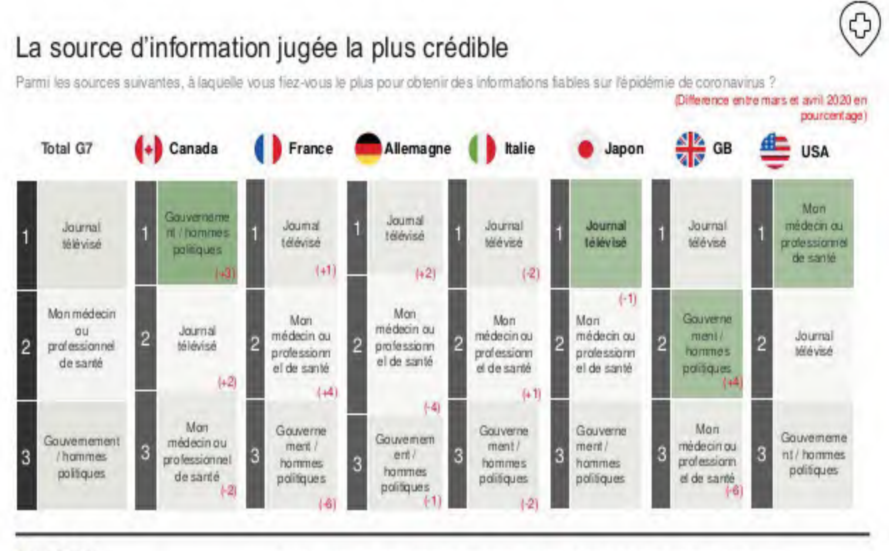
---

(1) John Gramlich, "As newsrooms face coronavirus-related cuts, 54% of Americans rate media's response to the outbreak positively," Pew Research Center, April 8, 2020, "accessed April 10, 2020". https://pewrsr.ch/2WBH0MR.

(2) Sabrina Louandre, "Baromètre COVID-19 : l'étude mondiale sur les attitudes des consommateurs, les habitudes et attentes médias en période de pandémie," Kantar, March 26, 2020, "accessed March 30, 2020". https://bit.ly/3fSg1Ew.

(3) Emmanuel Rivière, "COVID-19 : Perceptions et comportements dans les pays du G7 (vague 2)," Kantar, March 25, 2020, "accessed March 29, 2020". https://bit.ly/364GRVl.

شكل رقم (1) يبيِّن مصادر معلومات مستخدمي الصحافة والميديا في الدول الصناعية السبع

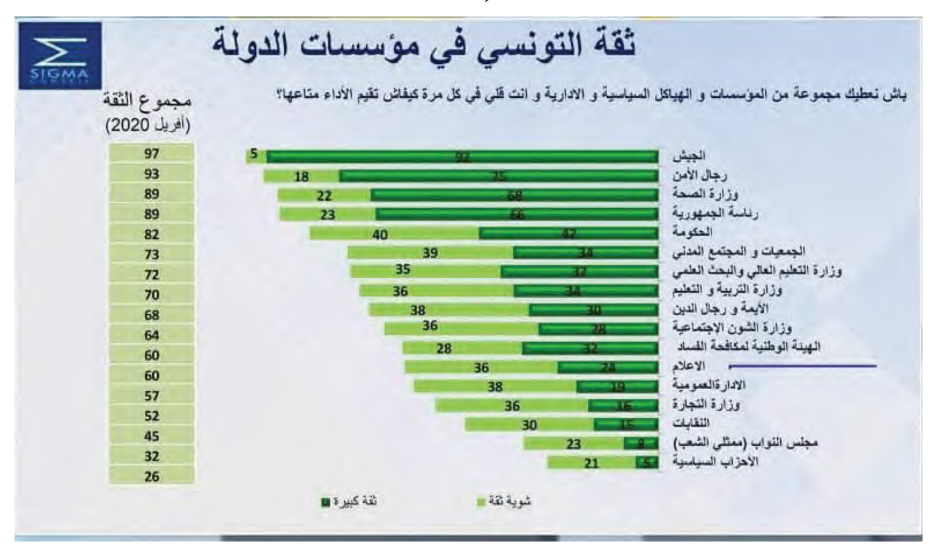


أما في العالم العربي، فإن اســتطلاعات الرأي في ثقة الناس في الميديا نادرة بشــكل عام[1]، وشبه غائبة تمامًا في سياق أزمة جائحة كورونا باستثناء حالات بعينها كاستطلاع الــرأي حول الثقة في المؤسســات الذي صدر في تونس، والــذي أبرز أن الصحافة والميديا تأتي في المرتبة 12 التي يثق فيها التونسيون[2].

(1) انظر هنا برنامج استخدام الميديا في الشرق الأوسط وتأثيرات استطلاع الرأي:
/http: / /www.mideastmedia.org /survey /2019

(2) Etude et résultats sur l'état du tunisien sous confinement réalisée en Avril 2020,"," .sigma, April 6, 2020, "accessed April 7, 2020". shorturl.at/cANY9

شكل رقم (2) يوضح ثقة المواطن التونسي في المؤسسات السياسية والإدارية والإعلامية



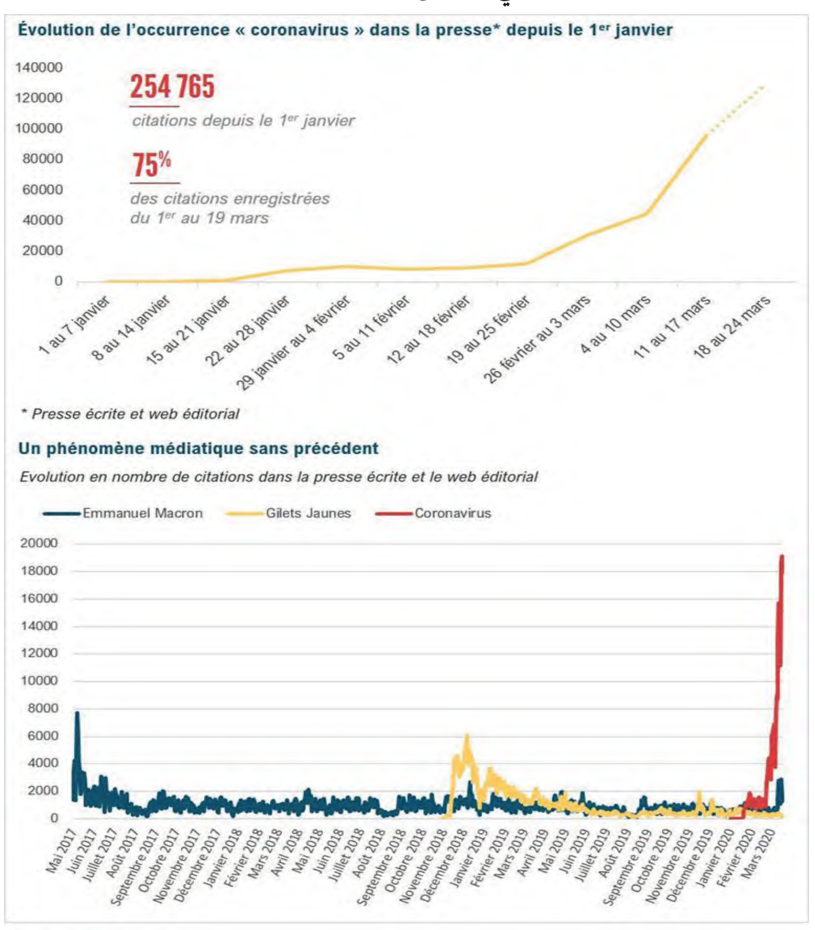
4. المنتجات التحريرية الجديدة التي طورتها الميديا لمواكبة أزمة كورونا

لقـد أدت جائحة كورونا إلـى طفرة إخبارية لا مثيل لها في الصحافة حتى أنها وُسِمَت بـطفرة فيروس كورونا[1]. وتفيد دراسة أنجزتها المنصة الفرنسية المتخصصة في رصد الصحافة الفرنسـية وتوزيعها أن كلمـة «فيروس كورونا» ذُكرت في الميديا الفرنسية أكثر من 254 ألف مرة في الفترة بين 1 يناير/ كانون الثاني و24 مارس/ آذار 2020. وتفيد الدراسة أن عدد المقالات التي تناولت الفيروس بلغ 19 ألف مقال[2].

(1) Lara O’Reilly, “How the world’s biggest media companies are faring through the crisis,” digiday, May 13, 2020, “accessed April 29, 2020”. shorturl.at/nvwBF.

(2) Covid-19 : itinéraire du Coronavirus dans la presse française,” aday, March 24, 2020,” “accessed April 29, 2020”. shorturl.at/qwG28.

شكل رقم (3) يبرز حضور كلمة «فيروس كورونا» في الميديا الفرنسية (يناير/ كانون الثاني-مارس/ آذار 2020)



وكان السياق الاستثنائي لجائحة كورونا فرصة لمؤسسات الميديا لتطوير منتجات صحفية جديدة على غرار الخرائط التفاعلية والتقارير التفسـيرية وصحافة البيانات أو لدعم منتجات بعينها كالنشــرات الإخبارية التي كان لها اســتخدام واسع ومنتشر على غرار صحيفة «واشــنطن بوســت» التي أنتجت نشرة إخبارية خاصة بالوباء[1]. وإضافة إلى النشــرات، طوَّر العديد من المؤسســات خدمة البودكاست، فعلى تليفزيون «سي

(1) Angela Fritz, "What to know about the novel coronavirus outbreak, from To Your Health," washingtonpost, "accessed April 29, 2020". shorturl.at/ePTX3.

إن إن» أُطْلِق بودكاست يومي ومجاني (Coronavirus: Fact vs Fiction) يشرف عليه طبيب أميركي ومقدم برامج[1]، كما طوَّرت بعض مؤسسات الميديا المحلية: بودكاست[2] على غرار صحيفة (Ouest France) التي أحدثت بودكاست (Comme à la maison).

ولا شك أن التفسيرات تُمثِّل أكثر الأجناس الصحفية التي استخدمتها الصحافة[3]. ومن الأدوات التفسيرية التي يمكن أن تكون مثالًا حيًّا الدليل الذي أصدرته صحيفة «البابيس»، ويتضمن كل ما يجب أن يعرفه القارئ عن الجائحة مع قسم خاص بأسئلة القرَّاء[4]. وقد حاز تقرير تفسيري نشرته «الغارديان» حول فيروس كورونا شعبية كبيرة لدى جمهور القراء، بل إن موقع «الغارديان» أنشأ قسمًا خاصًّا بالتفسيريات المرتبطة بالجائحة نجد فيه تقارير تفسيرية وتقارير بيانات وخرائط تفاعلية وفيديوهات تحرٍّ. وهي على نحو ما مثال جيد لما يمكن أن تقوم به الصحافة في وقت الأزمات[5] من تفسير وإنارة وإعطاء الخلفية المعرفية الضرورية للقارئ حتى يفهم بنفسه الأحداث كقارئ راشد. ولم تكتف المواقع الصحفية التقليدية بالتفسيريات التي نجدها أيضًا حتى في وكالات الأنباء على غرار رويترز مثلًا[6].

وأنشأت الغارديان صفحة خاصة عنوانها «فيروس كورونا: مئة يوم التي غيَّرت العالم» (Coronavirus: 100 days that changed the world)، تنشر فيها نصوص القراء وإنتاجاتهم، إضافة إلى تقارير صحفية أو دعوات للمشاركة كما تصدر الغارديان

---

(1) Sanjy Gupta, "Coronavirus: Fact vs Fiction," cnn, "accessed April 29, 2020". shorturl.at/mpz39.

(2) "Comme à la maison," podcasts.ouest-france.fr, "accessed April 29, 2020". shorturl.at/efowL.

(3) انظر مثلًا هذا النموذج لتقرير تفسيري حول كيف يمكن الحديث عن جائحة كورونا للأطفال:
Terry Nguyen، "Why you should talk to your child about the coronavirus،" vox، May 1، 2020، "accessed May 2، 2020".

(4) "Criss Del Coronavirus," elpais, "accessed May 2, 2020". shorturl.at/ioRX4.

(5) "Coronavirus outbreak," The Guardian, "accessed May 2, 2020". shorturl.at/gquNX.

(6) Ted Hesson, "Explainer: How the U.S. is handling immigration enforcement during the coronavirus crisis," reuters, April 24, 2020, "accessed May 2, 2020".

تقريرًا أسبوعيًّا تأليفيًّا عن تطورات الأزمة.

وطورت «بي بي سي» من برنامج التربية والرياضة[1] والدين والمطبخ (خدمات دينية افتراضية) في الإذاعة الرقمية، وإيقاف البرامج المباشـــرة أو التي تقتضي حضور الجمهور، مثل برنامج (Question Time).

واعتمـــد بعـــض القنوات التليفزيونية العربية مقاربـــات جديدة في إعداد البرامج وبثها على غرار برنامج «مع الحكيم»، في قناة الجزيرة مباشـــر، الذي أصبح يُبَث من المنزل[2]، ونشـــرة الأخبار بقناة الجزيرة والتي يقدمها زين العابدين توفيق من المنزل أيضًا[3]. كما تعاظم اســـتخدام طريقة الاســـتضافة عن بُعد عبر السكايب في الإذاعات والقنوات التليفزيونية على غرار التليفزيون الكويتي أو عدد من القنوات المصرية[4].

أمـــا الميديا في العالـــم العربي، فقد كانت مقارباتها محدودة جدًّا في مســـتوى تطويـــر منتجات تحريرية خاصة بالأزمة لأســـباب عديـــدة منها على وجه الخصوص اختلاف مســـتوى صرامة الحجر الصحي بين الدول الأوروبية والدول العربية، إضافة إلى محدودية الابتكار في الميديا في العالم العربي بما في ذلك الصحافة الرقمية التي تعتمد في أغلب الأحيان على المضامين النصية. وفي هذا الإطار، فإن اســـتخدامات أســـاليب الصحافة التفسيرية وصحافة التحري وصحافة البيانات وتقنية البودكاست لا تزال محدودة جدًّا في «الصحافات» العربية. كما أن التزام مؤسسات الميديا وغرف الأخبار في كثير من الدول العربية بالسياســـات التحريرية التي تضعها الحكومات عبر إرشادات وتعليمات وزارات الإعلام يمثِّل عائقًا أمام الابتكار التحريري.

---

(1) Brad Adgate, “How The Coronavirus Will Transform TV Programming And Advertising,” Forbes, March 27, 2020, “accessed March 30, 2020”. https://bit.ly/2yuknk4.

(2) «صحفيون يروون تجربة العمل من المنزل.. هذه مزاياها وصعوباتها»، عربي21، 3 أبريل/ نيسان 2020، (تاريخ الدخول: 1 مايو/ أيار 2020)، https: / /bit.ly /3fZewV4.

(3) «قناة «الجزيرة» تبث أول نشرة إخبارية من المنزل»، عربي21، 29 أبريل/ نيسان 2020، (تاريخ الدخول: 1 مايو/ أيار 2020)، https: / /bit.ly /2Z3CtV3.

(4) «كورونا يدفع البرامج التلفزيونية للاستعانة باللقاءات عبر «سكايب» تجاوبًا مع حظر التجوال..»، اليوم السابع، 30 مارس/ آذار 2020، (تاريخ الدخول: 1 مايو/ أيار 2020)، https: / /bit.ly /3czXRVJ.

5. نحو مقاربات جديدة لتنظيم العمل الصحفي وغرف الأخبار

يُعدُّ العمل عن بُعد من أهم المبتكرات التي أفرزتها جائحة كورونا. وهنا، يمكن أن نسـرد بعض الأمثلة؛ ففي فرنسـا تخلَّى مذيع نشرة أخبار الواحدة بعد الظهر، في القناة الأولى الفرنسية (TF1)، عن التقديم واكتفى ببعض المداخلات من منزله رغم أنه يقدم نشـرة الأخبار منذ عام 1988، مما جعل هذه النشـرة أكثر البرامج شعبية في المشهد التليفزيوني الفرنسي.

وثمـة اتجاه لدى المهنيين يقر بأن أزمة كورونا سـتؤدي إلى تأثيرات حاسـمة بشـأن تنظيـم العمـل الصحفي في غرف الأخبـار وتطوير ما يُسـمَّى غرف الأخبار الموزعة (Distributed Newsroom)[1] على غرار الحوسـبة الموزعة. وتُمثِّل غرف الأخبار الموزعة مبتكرًا حاسمًا بما أنها تجاوُز لغرف الأخبار المادية التي يجتمع فيها الصحفيون؛ حيث تقوم على تدفق العمل (Work Flow) وأسـاليب العمل الموزعة وثقافـة تنظيمية جديـدة شـبكية (Online Organizational Culture) إضافة إلى التدريب الموزع.

ويُعـدِّد تون تيروينـار (Tom Trewinnard)، مؤسـس مَخْبَـر متخصص في الصحافـة والميديا ومطـوِّر بارز في تكنولوجيا «غرف الأخبار الموزعة»[2]، مزايا هذه الغـرف كالاقتصاد في تكاليـف إدارة غرف الأخبار (إدارة المباني وكل ما هو مرتبط بها خاصة بالنسـبة إلى غرف الأخبار في الميديـا الفتية)، وإمكانية توظيف صحفيين شـبان يمكنهم العمل دون التنقل إلى السـكن في العاصمة؛ حيث تكاليف المعيشـة باهظـة مـا يعني أيضًا فتـح غرفة الأخبار على منتجات صحفيـة جديدة بل وتجديد الصحافة. ويمكن لـ«غرف الأخبار الموزعة» أن تسهم أيضًا في تطوير أشكال جديدة مـن التفاعل مع الجمهور وجمع الأخبار من الميديا الاجتماعية ووضع آليات جديدة لجمع المعلومات والتحرِّي فيها والبحث عن المصادر[3].

(1) Fergus Bell and Tom Trewinnard, "How to set up your distributed newsroom for success," Journalism, April 15, 2020, "accessed April 16, 2020". https://bit.ly/3bH1Qik.

(2) أصدرت شركة (Fathm) بالتعاون مع غوغل دليلًا لغرفة الأخبار الموزعة.
"Distributed Newsroom", fathm, "accessed April 16, 2020". shorturl.at/cpyz5.

(3) Tom Trewinnard, "The coronavirus crisis will eventually end, but the distributed newsroom is here to stay," Nieman, April 13, 2020, "accessed April 14, 2020". https://

وفــي هذا الإطار، يروي[1] رئيس تحرير مســاعد فــي القناة العمومية، فرانس 3 (France 3،) تجربتــه في العمــل عن بُعد بغرفة «الأخبار الموزعة»، ومن خلاصاتها تزويد الصحفيين بحواســيب وتجهيزات صحافة الموبايل واســتخدام «الواتســاب» كفضــاء جديد لغرفة الأخبار لتبــادل المعلومات وتوزيع العمل وإدارة التفاعلات بين كامل الفريق أو بين أعضاء بعينهم (عندما يتعلق الأمر بإنجاز بعض التقارير)، وإدارة رئيس التحرير للإكراهات الشخصية التي يتعرض لها الصحفيون العاملون عن بعد[2].

6. تأثيرات أزمة كورونا على المدى القريب والبعيد

1.6. تأثيرات قريبة المدى: استمرار انخرام اقتصاد الميديا

أشرنا في مقدمة الدراسة إلى ضرورة أن نتناول تأثيرات أزمة كورونا من منظوري المدى القصير والمدى البعيد، لأن هذه التأثيرات متصلة أيضًا بحالة الصحافة والميديا قبــل الأزمة. إن الموضوع الرئيس الذي يشــغل المهنيين هــو تمويل الميديا وتراجع الإيــرادات الإعلانية، لكن كل القطاعات لا تتأثر بتراجع الإيرادات الإعلانية بالطريقة ذاتها.

وتشير تقارير مكاتب متخصصة في الإعلان إلى أن مداخيل القنوات التليفزيونية الأميركية الكبرى (National TV) ســتنخفض بنســبة 13 ٪ حســب تقرير أصدره مكتب الدراســات (Magna)[3]، وفي 2021، تتوقع الدراســات ارتفاعًا بنسبة 0.8 ٪ للمؤسسات التليفزيونية، وانخفاضًا كبيرًا في مستوى إيرادات القنوات المحلية، ولكن في المقابل فإن الإعلان السياسي (المقدر بـ5 مليارات دولار) يمكن أن يعوِّض جزئيًّا هذه الخســائر. ويبدو جليًّا أن التأثيرات الأكثر حدَّة ستشمل الميديا غير الربحية حتى

---

bit.ly/2T7EvzR.

(1) Jean-Christophe Dupuis-Rémond, "Comment maintenir une double production d'infos web/TV pendant la crise du COVID-19," Meta-Média, April 14, 2020, "accessed April 15, 2020". https://bit.ly/2LsR4S2.

(2) يُنظَّم اجتماع هيئة التحرير على الساعة التاسعة والنصف، ويُعقد اجتماع ثان على الساعة الخامسة ونصف بواسطة «سكايب» مخصص للنقاش في تطورات اليوم وللتوجيهات التي يمكن أن يقدمها رئيس التحرير للتفاعل حول مسائل شخصية أحيانًا.

(3) Jon Lafayette, "Magna Forecasts 13% Drop in National TV Ad Spending", Broadcasting + Cable, March 26, 2020, "accessed March 27, 2020". https://bit.ly/2T6SlIK.

إن بعض التوقعات المستقبلية تتحدث عن اندثار البعض منها[1].

وفي السياق الأميركي على وجه الخصوص، نلاحظ اهتمام عدد كبير من التقارير بأزمة الميديا المحلية، خاصة أن جزءًا منها يتمثَّل في صحافة مجانية وبسبب مدخرات نقدية محدودة[2]. وفي تقرير عن تأثيرات الأزمة صادر[3] عن معهد بوينتر (Poynter)، فــإن تراجــع الإيــرادات الإعلانية أدى إلــى تأثيرات خطرة، خاصــة على المجلات الأســبوعية التي تُمثِّل صحافة بديلة عن الصحافة الســائدة الإخبارية مما سيدفع بجزء من المجلات الإخبارية للتوقف عن الصدور. وترى بعض التحليلات أيضًا أن الأزمة ستقتل لا محالة الصحافة المكتوبة المحلية التي كانت تعتمد على قطاعات مثل توزيع السيارات والتجارة بالتفصيل والسينما[4].

وتشمل التأثيرات السلبية أيضًا المجموعات الاقتصادية الكبرى في مجال الميديا علــى غــرار «غانيت» (Gannett) التي تملك 200 يوميــة أميركية، والتي أعلنت عن إجــراءات تقنيــة كبيرة (عُطَل غير مدفوعة الأجــر، وتخفيضات في الأجور تصل إلى 25 ٪ أو مضاعفة العمل بالنسبة للبعض الصحفيين)، كما أن بعض الصحف سرَّحت 9 ٪ من موظفيها (في مجال الرياضة مثل «ذا مافن» The Maven). لكن هناك أيضًا العديد من الصحف التي لم تتوقف عن النشر بل قلَّصت عدد أيام الصدور إلى يومين علــى غرار (Tampa Bay Times) لخفض تكاليــف الطباعة وتخصيص أيام بعينها للصدور من أجل استقطاب الإشهار[5].

لقــد دفعت أزمة 2009 بأهم مؤسســات الصحافة الأميركيــة إلى تطوير خدمة المضمون بمقابل على غرار «تايمز»، و«نيويورك تايمز»، و«نيويوركر»، مما ســمح لها

(1) Nielsen, “What will the Coronavirus pandemic mean for the business of news?,” op, cit.

(2) Ibid.

(3) Tom Jones, “The coronavirus forces furloughs, layoffs and print reductions at newspapers across North America”, Poynter, March 31, 2020, “accessed April 1, 2020”. https://bit.ly/2WYAVJo.

(4) Ben Smith, “Bail Out Journalists. Let Newspaper Chains Die,” The New York Times, March 29, 2020, “accessed March 30, 2020”. https://nyti.ms/2WSBmVm.

(5) Jones, “The coronavirus forces furloughs,” op, cit.

بتطويـــر مضامينها وهيئاتها التحريرية. وكانت خدمة المضمون بمقابل أفضل وســيلة لتطوير صحافة الجودة؛ فمجلة «تايمز» مثلًا طورت هيئة تحريرية من 1700 صحفي[1].

في المقابل، فإن المعطيات الكمية المتاحة تؤكد أن التوزيع الورقي لا يزال يمثل 80 ٪ من مصادر الصحافة البريطانية مقابل 20 ٪ بالنسبة للرقمي، كما أن 50 ٪ من المداخيل تأتي من الإشهار و50 ٪ من التوزيع[2].

وحسب أرقام منظمة «وان أيفرا» (Wan–IFRA)، فإن الورقي يحقق 90 ٪ من إيرادات الصحافة مقابل 10 ٪ تتأتى من الرقمي. لكن استقطاب المشتركين ليس دائمًا متاحًا للجميع، خاصة أن المواقع الصحفية أتاحت أجزاء كثيرة من مضامينها بشــكل مجاني، لذلك ســتتراجع المداخيل الإعلانية وســتفقد الصحافة البريطانية 10 ٪ من الوظائف الصحفية في كل القطاعات[3].

وعلى ســبيل المثال، تفيد معطيات نشــرتها صحيفة «لوموند» عن ميزانياتها أن إيراداتها من الورقي تمثِّل 79 ٪، أما على مســتوى مؤسســة «لوموند» التي تتكون من عــدة صحــف ومواقع، فإن التوزيع يمثِّل 68 ٪ من إيرادات المؤسســة، و20 ٪ من الإعلان، و12 ٪ من مصادر أخرى.

ويمكن أن تكون الأزمة مُسَرِّعة للتحولات التي يشهدها قطاع الصحافة والميديا فــي مســتوى التخلي تدريجيًّا عــن التوزيع الورقي لصالح التوزيــع الرقمي من جهة أولى، وتطوير مصادر الدخل القائمة على الاشــتراك والتخلي تدريجيًّا عن الإشــهار (أو الإعلان) كمصدر من مصادر دخل الصحافة.

لكن هذا المســار نحو الرقمي يرتبط بعدة متغيرات منها، حســب جان ميشــال شارون (Jean Marie Charon)، متغيران أساسيان[4]: يتصل المتغير الأول بالموارد الاقتصاديــة التي تتمتع بها المؤسســات وبطبيعة المجموعــات الاقتصادية التي تكون

(1) Michael Luo, “The Fate of the News in the Age of the Coronavirus,” The New Yorker, March 29, 2020, “accessed March 31, 2020”. https://bit.ly/2WSFSTO.

(2) Nielsen, “What will the Coronavirus pandemic mean for the business of news?,” op, cit.

(3) Ibid.

(4) Jean-Marie Charon, “La presse écrite à l’épreuve de la pandémie,” ejo, March 26, 2020, “accessed March 31, 2020”. shorturl.at/azCD3.

مرتبطة بها، والتي يمكن أن توفر لها الموارد الضرورية للابتكار والاستمرار، أما المتغير الثاني فيرتبط بطبيعة الجمهور الذي تتوجه إليه الصحافة؛ فكلما كان الجمهور متعلمًا ومترفًا ماديًّا كان لمؤسسة الميديا إمكانات لتطوير مضامين تحريرية رقمية بمقابل على عكس الصحافة التي تتوجه إلى جمهور شعبي محدود الموارد الاقتصادية[1].

2.6. تأثيرات بعيدة المدى: الأزمة كاشفة لأزمات الميديا القديمة أو فاتحة لأزمات جديدة؟

إن المقاربة الأسلم للتفكير في أزمة كورونا وانعكاساتها على صناعة الميديا، في مختلف السياقات سواء أكانت أوروبية أو أميركية أو عربية، وإن اختلفت مظاهر هذه الأزمة، تتمثَّل في النظر إليها باعتبارها كاشفة لأزمات سابقة ولإشكاليات قديمة تعلمت منها صناعة الميديا بشكل عام؛ فالأزمة لا تأتي والصحافة والميديا في صحة جيدة. ويمكن أيضًا أن نذهب بعيدًا في مقاربة هذه الأزمات بالنظر إليها باعتبارها أزمات عميقة وهيكلية يمكن أن نصفها بأنها ذات بُعد نسقي، أي إنها شاملة تهم كامل النظام أو النسق. ويتمثل هذا البعد النسقي للأزمة في عدة مستويات، منها: انهيار بيئة الأخبار (Information Ecosystem) الذي هو ذو طابع نسقي أيضًا الذي يتجسد في انتشار الأخبار الكاذبة بسبب الميديا الاجتماعية التي تسهم في توسيع قدرات الناس على إشاعة الأكاذيب وعلى الدعاية وفي انتشار «الصحاري الإخبارية» (News Deserts) وفي انهيار المؤسسات التي كانت لها مسؤولية نشر الأخبار واستحواذ المنصات الاجتماعية على مسالك توزيع المعلومات وعلى الإعلان الرقمي (70 ٪ في 2018)، كما تدافع عن ذلك ليديا بولغرين (Lydia Polgreen)[2] التي ترى أيضًا أن هذا الانهيار الشامل لبيئة الأخبار يشبه إلى حدٍّ ما الانهيار الإيكولوجي البيئي الذي تعرفه الإنسانية.

من منظور آخر، يمكن أن تكون أزمة كورونا فاتحة لأزمات أخرى جديدة؛ إذ يعتبر التقرير السنوي لحرية الصحافة الصادر عن منظمة «مراسلون بلا حدود» أن

---

(1) Ibid.

(2) Lydia Polgreen, "The collapse of the information ecosystem poses profound risks for humanity", The Guardian, November 19, 2019, "accessed March 2, 2020". https://bit.ly/2LyXKOx.

«الجائحة الإخبارية» كانت فرصة بالنسـبة للأنظمة السـلطوية لإصدار قوانين زجرية وإلى الخلط بين الدعاية والإعلان والإشـاعات والصحافة (اسـتخدام الدول للأخبار الكاذبة كسلاح) في إطار «عقيدة الصدمة» (The Shock Doctrine) التي تتمثَّل في سنِّ قوانين معادية لحرية الرأي والتعبير. ومن هذا المنظور، فإن استراتيجية الصدمة ليست سوى مؤشر على سلسلة من الأزمات المتعددة التي ستحل بالصحافة والميديا مما يهدد الحق في أخبار صحافة حرة ومسـتقلة ومتعددة وذات مصداقية قادرة على أن تكون أمينة على الأخبار وعلى الثقة فيها. وفي هذا الإطار، أدانت منظمة «مراسلون بلا حدود» السياسات الزجرية[1] التي اتبعتها دول مثل إيران[2] والصين[3].

وعلى هذا النحو، فإن العشرية المقبلة ستتضمن خمسة مخاطر: أزمة جيوسياسية (عدوانية الأنظمة السـلطوية وسـعي الصين إلى فرض « نظـام إعلامي جديد» يقوم على السـيطرة على الأخبار، وسـيطرة نظام بوتين على الصحافة)، وأزمة تكنولوجية (إشكاليات تنظيم الفضاء الرقمي والخلط بين المضامين الاتصالية والصحفية)، وأزمة ديمقراطية (الاسـتقطاب السياسي-سياسات قمعية زجرية)، وأزمة ثقة (أزمة الثقة بين الصحافـة والميديـا والجمهور)، ثم أزمة اقتصادية. أما أزمة كورونا فهي تضاعف من كل هذه الأزمات كلها[4].

ويمكـن أن تواصـل أزمة كورونا ما يُطلق عليـه البعض قوى الهدم الخلاق أو التدمير الخلاق (Creative Destruction) التي قد تؤدي إلى انحسـار التنوع؛ إذ إن عددًا من مؤسسـات الميديا لن تسـتمر، كما أن مؤسسات الصحافة الرقمية الجديدة، خاصة المؤسسـات الناشئة (Start up) ستندثر[5]. ويرتبط التدمير الخلاق بما يُسمَّى

---

(1) Platforms urged to prevent harassment of journalists covering Covid-19," rsf, May 11," 2020, "accessed May 12, 2020". shorturl.at/lnqHZ.

(2) Iran: Two journalists arrested over cartoon mocking traditional remedies for" coronavirus," rsf, April 28, 2020, "accessed May 2, 2020". shorturl.at/pxANY.

(3) China: detained for fighting censorship," rsf, May 11, 2020, "accessed May 12, 2020"." shorturl.at/cdoBZ.

(4) World Press Freedom Index: "Entering a decisive decade for journalism, 2020" exacerbated by coronavirus", rsf, 2020, "accessed May 12, 2020". shorturl.at/ejuK2.

(5) Nielsen, "What will the Coronavirus pandemic mean for the business of news?," op,cit.

الابتــكار التخريبــي (Disruptive innovation) المتصــل بتأثيــر منصــات الميديا الاجتماعية التخريبية لبيئة الميديا؛ إذ تخلق منصات الميديا الاجتماعية سياقات جديدة تؤثر على الأقل في مســتويين: توفير ســياق جديد أو شبه جديد لنشر الأخبار الكاذبة والتضليــل والدعاية الماكــرة؛ حيث تصبح الصحافة والميديا تعمل في بيئة ملوثة من جهة، كما أن هذه المنصات تشكِّل مصادر تهديد تمويل الميديا عبر تحويل الإعلانات نحو منصات الميديا الاجتماعية من جهة ثانية.

ثمة مقاربات لا تتردد في الذهاب بفكرة الهدم الخلاق لإعادة تشكيل قطاع الميديا على أســس مبتكرة جديدة، من هذا المنظور يمكن أن تكون أزمة الميديا والصحافة في الولايات المتحدة مفيدة[1] للتخلص من مؤسســات صحفية محلية تجارية أصبح نموذجها الاقتصادي غير صالح وإدارتها غير جيدة لفائدة نموذج جديد من الصحافة المحلية. ويمكن أن تكون أزمة الصحافة المحلية التجارية فرصة جيدة لتطوير صحافة جديدة غير تجارية منفتحة على قضايا التربية والأحداث المحلية. ومن هذا المنظور، فإن أزمة كورونا بصدد «تغيير اتجاه قوي نحو استبدال مؤسسات ميديا تجارية بميديا بديلــة مجتمعية وغير تجاريــة قادرة على توفير مضامين صحفية مركزة على القصص الإنســانية والتحقيقات» على غرار مشــروع «برو بابليــكا» (ProPublica)[2]، خاصة مع ظهور منظمات داعمة لمثل هذه المؤسســات على غرار مشــروع (Report for America)[3] التي تعمل على تعزيز الميديا المحلية.

---

(1) Smith, “Bail Out Journalists. Let Newspaper Chains Die,” op, cit.

(2) يقوم هذا المشروع على فكرة أن أزمة الصحافة المحلية لا يمكن أن تُحَلَّ بتطبيقات تكنولوجية أو باستثمارات في المجال الرقمي ولكن بمقاربات جديدة جذريًّا ومختلفة عن السائد. أما مشروع مثل (The ground truth projet) فيسعى إلى تطوير رؤية جديدة للصحافة تخدم الديمقراطية والمجتمع وتكوين أجيال جديدة من الصحفيين. ويرى الصحفيون أن برامج المساعدة يمكن أن تكون ذات فائدة لوقت معين بما أن الحكومات في مستوى الولايات اعتبرت أن الصحافة خدمة أساسية لصالح المواطنين أو لخدمة الصحة العامة.

(3) للتوسع انظر:
https://www.reportforamerica.org/

7. حلول لمواجهة تأثيرات الأزمة قريبة المدى وبعيدة المدى

تتعـــدد ســـيناريوهات مجابهة الأزمة وتتـــوزع بين فاعلين متعدديـــن: المهنيين أنفســـهم، والخبراء، ومنصات الميديا الاجتماعية، والحكومات. ثمة اتجاه ســـائد يرى أن قطاعات من صناعة الميديا لن تســـتعيد عافيتها. فعلى المدى القريب، ســـيفضِّل المســـتخدمون -حسب بعض السيناريوهات المعروضة- الاشتراك في خدمات الترفيه مثل منصة «نتفليكس» على حساب الاشتراك في خدمات الأخبار. كما أن عودة النمو الاقتصادي لا يعني بالضرورة عودة نماء قطاع الصحافة؛ إذ من الصعب أن يعود الناس إلى الصحافة الورقية عندما ينتقلون إلى الرقمي[1].

كما تعود إلى الســـطح مقترحات ســـابقة للأزمة، لكنهـــا تبقى صالحة لمواجهة تأثيراتهـــا، لأن جائحـــة كورونـــا لا تأتي بمشـــاكل جديدة بقدر مـــا تضاعف من قوة المشـــاكل الســـابقة لها. وفي هذا الإطار، يُعاد طرح مقترحات تبدو مبتكرة كأن تكون للمؤسســـات الاقتصادية سياســـة تقوم على تخصيص جزء من إعلاناتها إلى الصحافة الجيدة أو تحويل المؤسســـات الصحفية إلى مؤسســـات غيـــر ربحية على غرار «برو بابليكا» (ProPublica) ومؤسســـة «تكســـاس تربيون» (The Texas Tribune) وهي مؤسسة صحفية غير ربحية أو صحيفة «لا براس» الكندية (La Presse).

ومـــن الحلول المقترحة الأخـــرى التي تدافع عنها الصحفيـــة ليديا بولغرين[2]: التمويل بواســـطة القرَّاء رغم التأثيرات الوخيمة التي يمكن أن تنجم عن هذا الخيار، لأن ذلك يؤدي إلى إقصاء قطاعات من الجمهور الذي لا يمكنه الاشـــتراك في هذه المواقع بما أن المضمون بمقابل هو مخصص إذن للنخبة أو هو صحافة فكرية ونخبوية على نحو ما.

أمـــا الباحث الأميركي، فيكتـــور بيكرد (Victor Pickard)[3]، فيعتقد أن نموذج التمويل بالإشهار غير قابل للإصلاح، ويدعو إلى حلول بديلة على غرار برامج لدعم

(1) Nielsen, “What will the Coronavirus pandemic mean for the business of news?,” op, cit.

(2) Polgreen, “The collapse of the information ecosystem poses profound risks for humanity”, op, cit.

(3) Victor Pickard, “Democracy Without Journalism?,” Anmenberg, November 25, 2019, “accessed March 3, 2020”. https://bit.ly/2LyoHC0.

القرَّاء للمؤسسـات مثل البرنامج الذي وضعته صحيفة «الغارديان» والتمويل العمومي للصحافة[1]. ويرى الباحث أن الميديا العمومية هي آخر أمل لإنقاذ الصحافة الأميركية، لأن غـرف الأخبار يجب أن تكون مِلـكًا للصحفيين والجماعات المحلية وأن تكون أيضًا مرآة لهذه الجماعات التي تخدمها والحل في مؤسسات صحفية غير ربحية.

1.7. سياسات عمومية لدعم مؤسسات الميديا

أمـام الانعكاسـات السـلبية التـي عانـت منها مؤسسـات الصحافـة الورقية والإلكترونيـة، وخاصة منها المحلية، سـعت الحكومات إلى وضع برامج دعم لهذه المؤسسـات؛ إذ قررت الحكومة الدنماركية[2] دعم صناعة الميديا بـ25 مليون يورو. أما الحكومة الفرنسية فتبحث وضع برنامج لمساعدة الصحافة وقطاع الميديا ويشمل التعجيل بصرف المساعدات للمؤسسات مع اهتمام خاص بالمؤسسات التي يمكن أن تتعرض إلى الإفلاس ووضع برنامج لمساعدة المؤسسات السمعية البصرية عبر تأخير دفع الضرائب إضافة إلى الترخيص لمحلات بيع الصحف[3].

كمـا تفكر الحكومة الفرنسـية في وضـع آليات لدفع المؤسسـات الاقتصادية لمواصلة الاسـتثمار في الإشهار عبر آليات «الخصم على الضريبة»، وهي تخفيضات على مصاريف الإشهار بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية لدفعها إلى مواصلة الإشهار.

وأصدرت الحكومة الإيطالية مرسـومًا يقضي باسـتفادة المؤسسـات من إعفاء ضريبـي يصل إلى حدود 30 ٪ خلال الفتـرة الممتدة بين 2020-2022 لكل إنفاق إعلانـي فـي الصحافة اليومية والمحـلات والصحافة المحليـة والوطنية والإذاعات والقنوات التليفزيونية[4].

(1) Victor Pickard, “American journalism is dying. Its survival requires public fund”, The Guardian, February 19, 2020, “accessed February 22, 2020”. https://bit.ly/2X1US1Q.

(2) Hjælp på vej til danske medier,” regeringen, May 1, 2020, “accessed February 22,” 2020”. https://bit.ly/3mDujf1.

(3) Presse-audiovisuel : le Gouvernement prépare des aides,” cbnews, April 16, 2020,” “accessed April 20, 2020”. shorturl.at/gpFM6.

(4) Italie : un crédit d’impôt pour soutenir les investissements pubs dans les médias,”” cbnews, March 30, 2020, “accessed April 1, 2020”. shorturl.at/psvCM.

وتُمثِّل أزمة كورونا فرصة في الولايات المتحدة للمدافعين عن الدعم العمومي للصحافة؛ إذ وجهت في هذا الإطار المنظمات المدنية العاملة في مجال الصحافة بيانًا إلى قيادات مجلس النواب ومجلس الشيوخ لدعم الصحافة المحلية واعتبارها خدمة أساسية للمواطنين ورخائهم وتعافي الأمة. وتطالب تلك المنظمات الكونغرس بإدماج الصحافـة فـي برنامج إنعاش القطاعات الاقتصاديـة، وتقديم دعم يقارب 5 مليارات دولار لفائـدة الصحافة- الميديا العمومية والميديـا الجمعياتية، وتوفير صندوق دعم عاجل لدعم غرف الأخبار للمحافظة على مواطن الشغل[1].

ويسـتند المطالبون بالدعم العمومي للصحافة علـى مرجعية معيارية ديمقراطية تؤكد على أدوار الميديا في الديمقراطية كالرقابة على السلطة السياسية وتعزيز مشاركة المواطنيـن. وفي هذا الإطار، فإن دعـم الدولة يمكن أن يكون ضامنًا لصحافة قادرة على مراقبة برنامج الدعم الحكومي (شركات الطيران، شركات البترول على الاستفادة منه). ومن هذا المنظور، فإن الدعم العمومي الفيدرالي للميديا هو شرط أساسي حتى يعمل الصحفيون في ظروف جيدة، وفي أمان مهني لمتابعة انتشار الوباء، والتمييز بين الأخبار والأخبار الزائفة ويسـائلون المؤسسات القوية ذات السلطة. فالجمهور يحتاج إلى صحافة قوية قادرة على التحقيق بما في ذلك برامج الدعم الحكومي للمؤسسات الاقتصادية في إطار برامج الإنعاش الاقتصادي والتي يمكن أن تكون فرصة للرشـوة أو الفساد[2].

في المقابل، يرى البعض أن المساعدات التي ترمي إلى إنقاذ مؤسسات الصحافة الخاصـة لـن تنجح في المقابـل، وتتمثَّل البدائل الحقيقية في شـبكة من المنظمات الصحفية الجديدة المحلية وغير الربحية. كما أن المسـاعدات التي يمكن أن تقدمها الدولة يجب أن تذهب إلى هذه المنظمات الصحفية الجديدة[3]. ويعتبر المدافعون في الولايات المتحدة عن التمويل العمومي أن هذا النوع المخصوص من التمويل أساسي

---

(1) Timothy Karr, "Press-Freedom, Social-Justice Groups Call on Congress to Fund Journalism and Treat Local News as Essential Service During Pandemic," Free Press, April , 2020, "accessed April 10, 2020". https://bit.ly/2WxIQyk.

(2) Craig Aaron, "Journalism Needs a Stimulus. Here's what it should look like," Columbia Journalism Review, March 24, 2020, "accessed April 10, 2020". shorturl.at/qINZ7.

(3) Smith, "Bail Out Journalists. Let Newspaper Chains Die," op, cit.

لفائــدة الميديا العموميــة والصحافة المحلية والجمعياتية وبرامــج التربية والمحافظة علــى الوظائــف خاصة في الميديا التجارية المحليــة والميديا البديلة وتقديم قروض للمؤسسات[1].

وفــي كندا أيضًا، تعالــت الأصوات للتنبيه بأن جائحة كورونا ســتكون الضربة القاضية للصحافة الكندية، وتهدد الدور الرقابي للصحافة، وهو ما يُمثِّل «حريقًا كبيرًا» فــي حــال عدم إيجاد مقاربات من طرف الحكومة التي يجب أن تســعى كي لا يبقى الكنديــون بــلا مصدر للمعلومات الموثوقة وحتى لا تؤدي نهاية الصحافة إلى تعطيل الديمقراطية، لأن الديمقراطية لا يمكن أن تستمر دون صحافة[2].

وتُمثِّــل علاقة الميديــا بالمنصات الرقمية ومنصات الميديــا الاجتماعية محورًا أساســيًّا من محاور السياســيات العمومية لدعم الميديا. وفي هذا الإطار، طلبت هيئة المنافســة الفرنســية من مؤسســة غوغل التفاوض مع مؤسسات الميديا عبر إجراءات مســتعجلة من أجل أن يتعاون غوغل مع مؤسســات الصحافة والميديا لتفعيل قانون ما يُســمَّى بالحقوق المجــاورة (Relatedrights) . وتطلــب الهيئة[3] من غوغل أن تنطلق المفاوضات في غضون ثلاثة أشــهر من أجل إيفاء الناشــرين ووكالات الأنباء حقوق اســتخدام المحتوى انطلاقًا من 24 أكتوبر/ تشــرين الأول 2019، وهو تاريخ دخول قانون الحقوق المجاورة حيز التنفيذ، ويجيز هذا القانون للناشــرين ولوكالات الأنباء الحق في الســماح أو منع المنصات الإلكترونية من إعادة نشــر مضامينها. أما المضاميــن المعنية بهذا القانون فهي مختصرات المقــالات، والصور، والفيديوهات، والرســوم البيانية، التي تقوم المنصات الرقمية بنشــرها على غرار (Google News) و(Google Search) وتطبيق (Discover). ويهدف القانون إلى وضع إطار يســمح بالتفاوض المتكافئ بين المنصات الرقمية والناشرين ووكالات الأنباء من أجل تقاسم

(1) Aaron, “Journalism Needs a Stimulus. Here’s what it should look like,” op, cit.

(2) Daniel Bernhard, “Our media is on the brink of mass failure,” The Star, March 27, 2020, “accessed March 29, 2020”. https://bit.ly/2L2wCXR.

(3) Droits voisins : l’Autorité fait droit aux demandes de mesures conservatoires présentées” par les éditeurs de presse et l’AFP,” Autorité de la concurrence, April 9, 2020, “accessed April 11, 2020”. https://bit.ly/3fUpYBl.

المنافع وحماية الاستثمارات. وتعيب الهيئة على غوغل كونه في موقع يسمح له بفرض شروطه على مؤسسات الصحافة والميديا والناشرين بشكل عام. وبحسب الهيئة، فإن غوغل أساء بشكل كبير إلى قطاع الصحافة في سياق تتعرض فيه مؤسسات الصحافة إلى مخاطر عديدة.

أما الحكومة الأسترالية[1]، فقد طلبت من هيئة المنافسة والمستهلكين وضع ميثاق[2] ينظم العلاقة بين منصات الميديا الاجتماعية والميديا الأسترالية وخاصة غوغل وفيسبوك. ويقوم هذا الميثاق أو الاتفاق على دفع تعويضات للميديا الأسترالية نظير استخدام المنصات الرقمية وخاصة غوغل وفيسبوك لمضامين الميديا الأسترالية، وإعلام مؤسسات الميديا الأسترالية بالتغييرات الحاصلة في مستوى الخوارزميات وتبجيل المضامين الأصلية وتقاسم تأثيرات البحوث التي تقوم بها هذه المنصات الخاصة بالمعطيات عن المستخدمين. كما أن الحكومة الأيرلندية تنوي السير على خطة التجربة الأسترالية[3].

2.7. سياسات منصات الميديا الاجتماعية لدعم الصحافة

سعت منصات الميديا الاجتماعية في سياق انعكاسات جائحة كورونا على الميديا بشكل عام وعلى الميديا المحلية الخاصة والعمومية إلى وضع آليات لمساعدتها، وتأتي مساعدات فيسبوك وغوغل في إطار استراتيجية المنصتين مواجهة النقد الذي يوجه إليهما عادة باعتبارهما مصدر تهديد للميديا بشكل عام وللميديا المحلية بشكل خاص على مستوى استقطاب الموارد الإعلانية، وأيضًا على مستوى النفوذ الذي تمارسه هذه المنصات باعتبارها تحولت إلى وسيط بين المستخدمين والأخبار يلج منها الناس إلى المواقع ويستهلكون منها المواد الإذاعية والتليفزيونية.

(1) Livia Albeck-Ripka, “Australia Moves to Force Google and Facebook to Compensate Media Outlets,” The New York Times, April 20, 2020, “accessed April 21, 2020”, https://nyti.ms/3dOmFJR.

(2) Digital Platforms Inquiry,” accc, June 2019, “accessed April 21, 2020”, shorturl.at/” sAQV3.

(3) Ireland should consider forcing Google, Facebook to pay media for content: PM,”” reuters, April 24, 2020, “accessed April 25, 2020”, shorturl.at/egDPX.

وقد تسعى المنصات الاجتماعية عبر آليات الدعم المالي والترويج لمؤسسات الميديا، وخاصة الميديا المحلية[1]، إلى الظهور بمظهر المنشغل بمصير الميديا لاسيما منها المحلية. وفي هذا الإطار، أعلن فيسبوك أنه سيقدِّم دعمًا بـ25 مليون دولار للميديا المحلية ودعمًا بـ75 مليون دولار في إطار حملة ترويجية وتسويقية على المستوى العالمي لمساعدة منظمات الميديا في سياق تراجع الإيرادات الإعلانية. هذا الدعم يضاف إلى 300 مليون دولار وعد بتوفيرها لدعم الميديا المحلية إلى حدود 2021. ويأتي دعم فيسبوك رغم أن هذه المؤسسات تشهد تطورًا في مستوى الاشتراكات الرقمية[2].

وكان فيسبوك أعلن أن 400 مؤسسة صحفية محلية في أميركا الشمالية ستتلقى منحًا من الشبكة لدعم نشاطها الإخباري في سياق تغطية جائحة كورونا، وستتلقى 48 ولاية في أميركا ومقاطعات وأقاليم عدة في كندا دعمًا في إطار برنامج «مشروع فيسبوك للصحافة» (The Facebook Journalism Project)، وستتسلم كل مؤسسة 5 آلاف دولار لتغطية التكاليف غير المتوقعة للأزمة[3].

وأطلق فيسبوك صندوقًا لدعم الميديا المحلية الأوروبية بقيمة 3 ملايين يورو لمساعدتها على تخطي أزمة كورونا[4]. ويقوم المركز الأوروبي للصحافة باختيار المؤسسات التي ستحصل على مساعدات دون تدخل فيسبوك، وهي مخصصة للمؤسسات المستقلة الصغيرة أو المتوسطة التي تعرضت إلى تأثيرات وخيمة. ويشمل الدعم خدمات إخبارية حول الجائحة على غرار النشرات الإخبارية، وإتاحة مجانية لمقالات كان المستخدمون يدفعون مقابلًا للوصول إليها، وتوظيف الصحفيين، وتمويل وتقارير ميدانية، وتنظيم أحداث على الشبكة. وتشمل مساعدات فيسبوك للميديا المحلية الأوروبية 5 آلاف يورو لمساندة تغطية الوباء أو تقديم نفقات عاجلة

(1) Marc Tracy, “Facebook Aims $100 Million at Media Hit by the coronavirus,” March 30, 2020, “accessed March 31, 2020”. https://nyti.ms/3bxFzTP.

(2) Ibid.

(3) ”400 Local Newsrooms Receive Grants to Support Coronavirus Work,” facebook, April 7, 2020, “accessed March 31, 2020”. shorturl.at/gnqAN.

(4) ”“Coronavirus: Facebook lance son fonds de soutien aux médias locaux européens,” l’avenir, April 9, 2020, “accessed April 10, 2020”. shorturl.at/yBMP3.

أو إطلاق مشاريع مبتكرة (25 ألف يورو)[1].

8. تأثيرات الأزمة على مهنة الصحافة وصناعة الميديا في العالم العربي

إن الحديث عن التأثيرات العملية لأزمة كورونا على قطاعات الميديا المختلفة يمثِّل تمرينًا صعبًا نظرًا لندرة المعطيات الكمية الأولية (بيانات استطلاعات الرأي عن الثقة في الصحافة وبيانات قياس الجمهور وتوزيع الصحف والإيرادات الإعلانية)، وضمور النقاش المهني (بل وغيابه أحيانًا)، وندرة التقارير التي تنشرها المراكز المتخصصة، كما أسلفنا في بداية الدراسة. ولهذا ليس لنا من حل سوى الاعتماد على شهادات المهنيين أنفسهم كلما كانت متاحة سواء تلك المتوافرة في الصحافة أو التي حصل عليها الباحث بنفسه.

ويمكن أن نحلِّل انعكاسات أزمة كورونا من عدة مداخل، منها:

انعكاسات الأزمة على الظروف المهنية

تحيل الشهادات التي حصلنا عليها حول الممارسة الصحفية في السياق الجديد الذي فرضته جائحة كورونا إلى انعكاسات متعددة ومتنوعة منها ما يشمل المادة الإخبارية بتخصيص «جزء أكبر من مساحة الوقت للإخبار»؛ ما يعني زيادة وتيرة العمل الملقى على عاتق قسم الأخبار فيها. لكن الشهادات تبدو مختلفة بل ومتناقضة؛ إذ ثمة من تحدث عن «قلة الإنتاج لأسباب عديدة؛ حيث أصبح إنجاز العمل المطلوب مقترنًا بعدد أقل من الموظفين» أو «نقص العمل الميداني» أو حتى «تقليص الكادر الصحفي». في المقابل، فإن هناك من يتحدث عن «انعكاسات إيجابية على المؤسسة تمثَّلت في خلق إمكانات جديدة واكبت هذا الحدث، مثل الأستوديو المنزلي، والاعتماد أكثر على الميديا الاجتماعية، وأيضًا تقليل نفقات الإنتاج الإعلامي»[2]. وقد يكون ذلك بسبب الاختلافات بين المؤسسات والموارد المتاحة لها». كما أن بعض المؤسسات «اغتنمت فرصة الحجر الصحي من أجل إعادة الهيكلة» أو «التفكير بجدية في راديو المستقبل بحيث يصبح لا معنى للمقر والأستوديو وقاعة التحرير بحيث يمكن تطوير وسائط إلكترونية تحل محلها».

---

(1) Ibid.

(2) شهادة مهدي بن عمر رئيس تحرير إذاعة الديوان (إف إم) وهي إذاعة تونسية محلية.

لكن العمل عن بُعد ليس دائمًا حلًّا سحريًّا لمصاعب العمل أثناء أزمة كورونا؛ ففي اليمن تشير بعض الشهادات إلى صعوبة «التواصل مع بقية الفريق من أجل العمل داخل البيت بسبب ضعف الإنترنت». ولعل التأثير الأكثر خطورة يتمثَّل في تسريح الصحفيين وإيقاف مرتباتهم كما وقع في تونس؛ حيث تشير تقديرات النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين إلى تسريح 190 صحفيًّا أثناء هذه الأزمة في حين توقفت أهم مؤسسة صحفية خاصة عن دفع رواتب الصحفيين في شهر مايو/ أيار 2020[1].

اقتصاد مؤسسات الميديا

تشير شهادات المهنيين إلى أن جائحة كورونا سيكون لها تأثير عظيم على تراجع الإيرادات الإعلانية لكل المؤسسات، وأيضًا على حركة إنتاج المضامين و"تسريح الموظفين والتأخير في سداد الأجور وتراجع في مستوى الأداء»، وقد تنجو من هذه الأزمة المؤسسات غير الربحية التي تحصل على دعم من المنظمات الدولية.

وتبدو الصحافة الورقية في كل الشهادات القطاع الذي سيتأثر أكثر بالأزمة تليها الإذاعة والقنوات التليفزيونية الخاصة لنقص الإشهار وغياب الدعم الحكومي. كما سيتعزَّز الاتجاه نحو الصحافة الإلكترونية التي أصبحت «الوجهة الأولى للجميع من جمهور ومعلنين»؛ فـ"الصحافة المطبوعة ستندثر في تونس» بسبب قلَّة وتراجع الموارد الإشهارية دون تطوير مصادر دخل بديلة، والتي «باتت تشكِّل خطرًا حقيقيًّا على استمرارية وديمومة بقاء هذه الوسائل الإعلامية»، خاصة الصحافة الورقية التي باتت مهددة بالزوال أصلًا وقطاعها متهالك.

الصحافة الورقية: من الاحتضار إلى الفناء

تفيد الشهادات المتوافرة في الصحافة إلى أن تراجع الإعلانات كان سلبيًّا جدًّا على اقتصاد الصحافة الورقية؛ ففي مصر مثلًا يُقدَّر هذا الانخفاض بـ75 ٪ إضافة إلى التأثير السلبي على التوزيع[2] الذي يقول بعض المهنيين إنه تراجع بـ300 ألف

(1) «كيف قيّمت نقابة الصحفيين واقع الحريات الصحفية لعام 2020؟»، تونس Ultra، 8 مايو/ أيار 2020، (تاريخ الدخول: 9 مايو/ أيار 2020)، shorturl.at /cmAM8.

(2) عبد المحسن سلامة، «إعلانات الصحف انخفضت بنسبة ٪75 بسبب أزمة كورونا»، اليوم السابع، 29

نسخة، بسبب الاعتقاد بأن الجرائد تنقل العدوى[1].

أمــا فــي بعض البلدان العربية الأخرى، فقد تم إيقــاف توزيع الصحف الورقية تمامًا على غرار تونس واستبدال نسخ رقمية في شكل ملفات «بي دي إف» (PDF) أحيانًــا بهــا. وفي بعض الدول الأخرى تم اقتراح إحــداث منصة رقمية لتجميع مواد الصحافة وبثها بشــتى الوســائل المختلفة مع إيقاف المحتوى المجاني على الإنترنت أو في الميديا الاجتماعية[2].

وقد التجأت مؤسســات الصحف الورقية لطرق بديلة على غرار النشر الصحفي في ملفات «بي دي إف» أو نشــر المادة كاملة على الموقع نظرًا لغياب اســتراتيجية المضمون بمقابل (Paywall) مما حرم المؤسســات الصحفية من أســلحة بمواجهة أزمة التوزيع وتراجع الإيرادات الإعلانية على عكس المؤسســات الصحفية الأوروبية والأميركية التي اســتغلت هذه الأزمة لتطوير استراتيجيات متعددة لتطوير الاشتراكات واستقطاب جمهور جديد لمضامينها الرقمية المدفوعة.

ففي العراق مثلًا «تبدو تأثيرات الأزمة على قطاع الصحافة كارثية؛ حيث أكملت الجائحــة الحرب التي بدأتهــا الصحافة الإلكترونية ضد الصحــف اليومية الورقية»؛ لأنها «كانت أساسًــا تعاني تراجعًا بشكل كبير، والإقبال على شرائها انحصر في دائرة المؤسسات والدوائر والوزارات فقط؛ إذ قلَّما تجد مواطنًا يشتري صحيفة ورقية، بعدما تم الاعتماد على الصحافة الإلكترونية والأخبار السريعة عبر الهواتف الذكية»[3].

وفــي الأردن، أصــدر مجلس النقابة بيانًا[4] أشــار فيه إلى أن مئات العاملين في الصحــف الورقيــة بدون مداخيل مالية حاليًّا، وباتوا مهدديــن أيضًا بفقدان وظائفهم،

مارس/ آذار 2020، (تاريخ الدخول: 30 مارس/ آذار 2020)، https: / /bit.ly /2xsIuiJ.

(1) «هل تأثرت الصحافة الورقية بأزمة كورونا.. رؤساء الصحف يطالبون باجتماع طارئ مع الحكومة لبحث سبل الدعم..»، اليوم السابع، 30 مارس/ آذار 2020، (تاريخ الدخول: 30 مارس/ آذار 2020)، https: / /bit.ly /3cnJT9f.

(2) «فيروس كورونا يصيب الصحافة الورقية في الوطن العربي: صحف تكتفي بالإصدار الإلكتروني وتتجه لاستثمار التجربة بتخفيض تكاليف مراكزها..»، اليوم السابع، 6 أبريل/ نيسان 2020، (تاريخ الدخول: 7 أبريل/ نيسان 2020)، https: / /bit.ly /2V7kzhF.

(3) أكثم سيف الدين، «كورونا يشل الصحافة الورقية في العراق»، العربي الجديد، 2 أبريل/ نيسان 2020، (تاريخ الدخول: 7 أبريل/ نيسان 2020)، https: / /bit.ly /2VzdPbI.

(4) محضر اجتماع طارئ رقم (133) تاريخ 17 مارس/ آذار 2020.

وأوضح البيان أن «الصحف الورقية لم تستطع حتى الآن، دفع رواتب موظفيها لعدم توافر الإمكانات المالية، حيث إنها تعاني منذ سنوات من تدهور أوضاعها المالية وبالكاد كانت تؤمِّن الرواتب والنفقات الأساسية».

في الدعم الحكومي

أما على مستوى الحلول التي يقدمها المهنيون فتتمحور أغلبها حول المطالبة بمساعدات من الدولة؛ ففي الأردن طالب مجلس النقابة الحكومة بتقديم الدعم المباشر للصحف الورقية وبالسرعة الممكنة حتى تستطيع تأمين رواتب العاملين لديها، وضرورة أن تحظى بأولوية في الآليات التي تم طرحها كالتسهيلات المالية المخصصة للشركات وبواقع 500 مليون دينار والموافقة على الطلبات العاجلة المقدمة من إدارات الصحف لمنحها قروضًا عاجلة لدفع الرواتب[1].

كما يطالب المهنيون بمساعدات الدولة؛ لأن «الصحافة تحتاج إلى برامج استثنائية للدعم تضعها الدولة لها خلال الأشهر الأربعة المقبلة من منظور الدور الأساسي الذي تقوم به الصحافة»؛ إذ إن «المسألة بالنسبة للصحافة لها دور توعوي، وأكبر دليل على ذلك ما قامت به من خطوات في أزمة كورونا، دورنا في المعركة لا يقل عن أي دور آخر، لأن الشائعات وحالة الذعر وبث معلومات مغلوطة انتشرت خلال الأزمة والصحافة تصدت لها»[2].

ومن المقترحات العملية التي قُدِّمت «وقف تحمل الصحافة المصرية ثمن الورق لمدة 6 أشهر، ووقف تحصيل التأمينات والضرائب لتقديم سُلفة أو دعم للصحف فيما يتعلق بسعر الورق لمدة 6 أشهر، والتفكير في تقديم قرض لصرف مرتبات العاملين حتى تتعافى هذه الصحف ويمكن ردُّه لاحقًا»[3]. أما في العراق، فتطالب نقابة الصحفيين بـ«مساعدات حكومية للصحافة تُدفَع كرواتب؛ لأن الصحفيين -كما تقول- «خدموا أوطانهم كثيرًا»[4].

(1) «الصحفيين» تطالب الحكومة بدعم عاجل للصحف الورقية وإنقاذ العاملين لديها»، الغد، 4 أبريل/ نيسان 2020، (تاريخ الدخول: 7 أبريل/ نيسان 2020)، https: / /bit.ly /2YFuPAd.

(2) سلامة، «إعلانات الصحف انخفضت بنسبة ٪75 بسبب أزمة كورونا»، مرجع سابق.

(3) «هل تأثرت الصحافة الورقية بأزمة كورونا..»، مرجع سابق.

(4) «فيروس كورونا يصيب الصحافة الورقية في الوطن العربي»، مرجع سابق.

وتشـــير أغلب الشهادات التي حصلنا عليها إلى غياب الدعم الحكومي، لاسيما بالنسبة للمؤسسات «المجتمعية» أو الخاصة «من غير مرافق الدولة». وتشير شهادة من تونس إلى أن الحكومة قامت بإجراءات ترقيعية وظلت خاضعة للمناسـبات والضغط الاحتجاجي والنقابي لكنها ليست جذرية... في حين ظل المرفق العام يتخبط مع تخبط سياسات الحكومات المتعاقبة وغياب الرؤية الشاملة والمحدودة في الزمن للإصلاح. ويعاب على الدولة أنها تتعامل مع مؤسســات الميديا باعتبارها «مؤسســات اقتصادية كغيرها من المؤسسات الخدماتية» أو أنها «تخلَّت عن دورها في دعم الإعلام لحساب المنظمات الدولية ومؤسسات التعاون الدولي».

في شرعية الدعم الحكومي

يستخدم المهنيون في العالم العربي مرجعيات معيارية مخصوصة لشرعنة عملية المطالبة بالمساعدات الحكومية وتعكس هذه الخطابات تمثُّلات الصحفيين للصحافة وأدورهــا في المجتمع، بما أن الصحافة قطاع ككل القطاعات الأخرى التي يجب أن تحظى بمســاعدة الدولة أو أن لها دورًا مخصوصًا يُربَط عادة بمعاضدة جهود الدولة في تنمية وعي المواطنين، لذلك يرى البعض أن المجتمع والحكومة مطالبان بمساندة الصحافــة الورقيــة من تداعيات كورونــا وأن تنظر الدولة «بعيــن العطف والاهتمام بالصحافة؛ لأنها تلعب دورًا مهمًّا في نقل الأخبار وتنمية الوعي بين المواطنين»[1].

ويصبح الدعم «شــرعيًّا» بســبب «التعاطي الإيجابي لمختلف وســائل الإعلام المحليــة مع المشــكلة ودعم جهود الحكومة وكافــة الجهات ذات العلاقة للحد من انتشــار المرض». ويشــير بيان نقابة الصحفيين الأردنيين إلى أن «وسائل الإعلام هي الأذرع الحقيقية والفاعلة للدولة في إدارة أزماتها ومساندة جهودها، وبما لا يقل عن أي دور تقوم به الجهات الأخرى إن لم يتقدم على أدوار بعضها»[2].

طرق جديدة في العمل

تتفاوت استخدامات الطرق البديلة وفق السياقات والثقافة المؤسسية؛ ففي اليمن

---

(1) «هل تأثرت الصحافة الورقية بأزمة كورونا..»، مرجع سابق.

(2) «الصحفيين» تطالب الحكومة بدعم عاجل للصحف الورقية وإنقاذ العاملين لديها»، مرجع سابق.

«يَحُول ضعف أو انعدام شبكة الإنترنت دون التواصل الفني للتقنية بحد ذاتها». في حين تستخدم مؤسسات في سياقات أخرى «تطبيق زووم عن بعد في الاجتماعات الخاصة بإدارة التحرير». كما كشفت الشهادات أن بعض المؤسسات تستخدم طرق العمل عن بعد قبل حلول الأزمة. ويشر صحفي من تونس إلى أن الإذاعة جرَّبت «الأستوديو المنزلي من أهم الطرق الجديدة»، وقامت بعض المؤسسات بتفعيل «التواصل المهني عن بعد واستخدام منصات تواصلية جديدة في التغطية الصحفية وتناول الأحداث من صور ثابتة وفيديوهات واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كالواتساب والسكايب».

كما أن «العمل عن بُعد، أسهم في التقليص من الاستضافة والاعتماد بشكل أكثر على تسجيل الفقرات ...ويرتبط العمل عن بعد بطبيعة المؤسسات فهو أسهل في الصحافة الإلكترونية (النشر من البيت) والورقية، وأصعب في التليفزيون».

ويبدو من بعض الشهادات وجود اتجاه لدى الصحفيين بأن جائحة كورونا هي كاشفة لعدة مشاكل تعاني منها الصحافة والميديا على غرار «محدودية» البنى التحتية القوية للمؤسسات الإعلامية، وهي السبب الرئيسي في تدني مستوى التقديم والإنجاز قبل ظهور فيروس كورونا أو بعده، إضافة إلى تأثيرات الأخبار الكاذبة وضرورة «تغيير بعض الأدوات التقليدية المستخدمة في بعض وسائل الإعلام».

كما أن هذه الشهادات تعكس أحيانًا –لكن بشكل محدود– إدراكًا مخصوصًا بأن الجائحة يمكن أن تكون فرصة «لإعادة التفكير في الإيكوميديا بشكل عام وفي المنوال الاقتصادي وعلاقته بإنتاج المحتوى بشكل خاص»، أو أنها تدشن «مستقبلًا مجهولًا».

9. دروس مستخلصة عن تأثيرات جائحة كورونا في العالم والمجال العربي

المفارقة الكبرى

تضعنا أزمة كورونا أمام مفارقة كبيرة تتمثَّل في أن إقبال الناس على الأخبار، سواء أكانت المادة الإخبارية المتصلة بالأحداث أو بالبرامج الحوارية في أشكالها المختلفة، والذي تؤكده المعطيات الإحصائية التي تنشرها مكاتب قياس الجمهور في أوروبا وأميركا، إِضافة إلى الشهادات التي يقدِّمها الصحفيون ومؤسسات الميديا، يرتبط في الوقت ذاته بتراجع الإعلان وبعدم تنامي الثقة في الصحافة والصحفيين.

وعلى هذا النحو، فإن أزمة كورونا في الوقت الذي تُعزِّز فيه إقبال الناس على الميديا فإنها تؤدي أيضًا إلى استفحال أزمتها بل إن هناك شهادات ومعطيات تقدمها بعض مؤسسات الميديا عن أن الوكالات التي تشتري الفضاءات المخصصة للإعلان تمتنع عن وضع الإعلان في البرامج الإخبارية التي تتحدث عن الفيروس[1].

أزمة نسقية ومقاربات جذرية وبديلة

إن تأثيرات أزمة كورونا متعددة بعضها على المدى القريب ويتعلق على وجه الخصوص بتراجع الإيرادات الإعلانية. لكن هذا التراجع ليس جديدًا فقد جرَّبته الميديا أثناء أزمة عام 2009 التي كانت لها تأثيرات سلبية على كل قطاعات الميديا (التليفزيون والإذاعة والصحافة الورقية والرقمية). لكن الخاسر الأكبر من أزمة عام 2009 كانت الصحافة الورقية، وهي أيضًا الخاسر الأكبر من أزمة كورونا كذلك. هكذا تعجل الأزمة من البحث عن مصادر دخل جديدة.

ويبدو واضحًا أن نماذج أعمال جديدة تتشكل حول الاتجاهات التالية:

– الاستمرار في استراتيجية الاستثمار في مقاربة المضامين بمقابل بالنسبة للصحافة المكتوبة والرقمية.

– وضع آليات جديدة للدعم العمومي للصحافة المكتوبة والإلكترونية في الولايات المتحدة أو تعزيزها كما هي الحال في فرنسا وبريطانيا.

– تحويل مؤسسات صحفية من مؤسسات خاصة إلى مؤسسات نفع عام على غرار عدة صحف مثل جريدة «لا بريس» في كندا أو موقع الصحافة الاستقصائية «ميديا بارت» (Mediapart).

– اشتراك الجمهور في تمويل الصحافة على غرار المقاربة التي أرستها «الغارديان»، وتعتمد على دعم الجمهور إضافة إلى الاشتراكات؛ إذ أسهم أكثر من مليون شخص في دعم المؤسسة[2](101).

(1) George P. Slefo, "Publishers complain about media buyers blacklisting coronavirus content," Adage, March 20, 2020, "accessed March 22, 2020". https://bit.ly/2Z6Jjcp.

(2) More than a million readers contribute financially to the Guardian," The Guardian," "accessed March 22, 2020". shorturl.at/cGM23.

الأزمة كاشفة لكل أعطاب الصحافة في العالم العربي

لقد كشفت الأزمة عن الثقافة السائدة في غرف الأخبار. ولعل محدودية انفتاح غرف الأخبار على الجمهور ونقص شفافيتها هو بلا شك من الأعطاب الأساسية التي كشفتها هذه الأزمة بما أن مؤسسات الصحافة والميديا في العالم العربي كثيرًا، إن لم تكن في كل الأحوال، تجاهلت الحوار مع الجمهور وتفسير عملها له والانفتاح عليه أثناء أزمة كورونا.

كما أظهرت هذه الأزمة أيضًا بشكل عام أن صناعات الميديا الخاصة والعمومية في العالم العربي لا تزال عاجزة عن تطوير مصادر دخل بديلة عن التوزيع الورقي (في الصحافة المطبوعة) وعن الإعلام (بالنسبة للقطاعات الأخرى بما في ذلك الصحافة الرقمية).

وكشفت الأزمة كذلك القدرات التحريرية المحدودة لتطوير الأشكال الصحفية الجديدة على غرار الصحافة التفسيرية وخاصة صحافة التحري أو المضامين الرقمية في إطار ما يُسمَّى التحول الرقمي (Digital Transformation). فمؤسسات الميديا العمومية تقع في معظمها تحت سيطرة الحكومات والدول ومضامينها الإخبارية غير مبتكرة. أما الميديا الخاصة (تليفزيون وإذاعة وصحافة مطبوعة ورقمية) فمواردها لا تسمح لها بعصرنة بنياتها التكنولوجية أو منصات التوزيع كما لا تتوفر لديها الموارد المالية والبشرية لتطوير منصات إلكترونية ذات كلفة عالية من جهة الموارد الصحفية التكنولوجية.

وعلى هذا النحو، فإن جائحة كورونا كشفت أيضًا عن الطابع النسقي لأزمة مؤسسات الميديا في العالم العربي التي هي بلا شك أكثر حدة عما هي عليه في السياقات الأوروبية والأميركية؛ لأنها لا تتعلق بتحولات البيئة الثقافية والتكنولوجية وضمور مصادر التمويل وتراجع إيرادات الإعلان بل لأنها تتعلق أيضًا بالبيئة السياسية والمؤسسية غير المواتية في أغلب الدول العربية.

الرقمنة ليست حلًّا سحريًّا أو مخرجًا لأزمة الصحافة المستقلة والخاصة في العالم العربي

لقد تبينًّا فيما سبق أن الصحافة الرقمية تسعى إلى تجاوز نموذج التمويل بواسطة الإعلان بسبب تراجع الإنفاق الإعلاني منذ 2009 على الأقل، وحماية لنفسها من تقلبات سوق الإعلان وذلك بتطوير ما يسمَّى مقاربة «المضمون بمقابل» (Paywall)

التي تتمثَّل في تحويل أجزاء من المضامين المجانية إلى مضامين بمقابل والاستثمار في ما يسمَّى المضامين ذات القيمة العالية والمدفوعة (Premium Content) أو الاعتماد على أشكال مبتكرة من دعم الجمهور كما هي الحال بالنسبة إلى مؤسسة «الغارديان».

ومن هذا المنظور، فإن الدرس الأساسي المستخلص من أزمتي 2009 وجائحة كورونا أن هذه الحلول المبتكرة التي انتهجتها الصحافة الرقمية لا تتوفر شروطها في العالم العربي لأسباب عديدة، منها أولًا: أن استراتيجية المضمون بمقابل تقتضي أن تكون هناك بيئة رقمية تصبح فيها تكنولوجيات الدفع الإلكتروني متوافرة ومتاحة وثقافة الدفع عن بعد راسخة وهذا ما لا يتوافر إلى الآن في غالبية الدول العربية التي لم تترسَّخ فيها بعد سلوكيات التجارة الإلكترونية، إضافة إلى أن خدمة المضمون الرقمي تقتضي وقتًا طويلًا حتى تصبح راسخة.

وتتمثَّل الصعوبة الثانية في محدودية قدرات المواطنين على شراء المضامين الصحفية؛ ما يعنى أن الصحافة بمقابل هي صحافة بالضرورة نخبوية مخصصة لمن له القدرة على الدفع والحال أن ثقافة المضمون المجاني أو الذي يتم الحصول عليه بواسطة تقنيات القرصنة منتشرة في العالم العربي.

أما الصعوبة الثالثة، فتتعلق بقدرات المؤسسات الصحفية على إنتاج المضامين الجيدة التي تستحق أن تُحَوَّل إلى مضامين يدفع من أجلها الناس مقابلًا. وهذه المضامين على غرار التحقيقات والاستقصاء وصحافة البيانات والصحافة التفسيرية وصحافة التحري والتي يطلق عليها صحافة الجودة تحتاج إلى موارد مالية وبشرية مهمة وإلى سياق سياسي مُواتٍ بسبب غياب الحريات وسيطرة الدولة على الميديا والصحافة.

ويمكن أن نضيف إلى الصعوبات كلها غياب سياسة عمومية في مجال الميديا هدفها دعم الصحافة المستقلة كما هي الحال في السياقات الأوروبية على وجه الخصوص التي لا يمكن أن تستمر فيها الصحافة المستقلة وحتى الخاصة دون هذه المساعدات.

وهناك صعوبة أخرى لا تقل أهمية عن الصعوبات السابقة وتتصل بتمثُّلات المهنيين في العالم العربي لأزمة الصحافة وبدائلها، والتي لا نرى فيها أثرًا لعوائق المهنة الداخلية مثل محدودية الابتكار وضمور في التنظيم الذاتي ونقص الحوار مع الجمهور والانفتاح عليه بل يبدو أن المهنيين وجدوا في الإنترنت كبش فداء لأزمة

الصحافة المطبوعة على وجه الخصوص.

كما لا نرى في خطابات المهنيين إدراكًا لأهمية إعادة ابتكار النماذج الاقتصادية التي تقوم عليها الصحافة والميديا والتفكير في بدائل للإعلان بل إن الخطاب السائد لـدى المهنيين يرى في الصحافة الإلكترونية مخرجًا لأزمة الصحافة الورقية، والحال أنها أيضًا معنية بشكل مباشر بأزمة الإعلان الذي تستقطبه المنصات الرقمية.

«الصحافات» المستقلة والخاصة في العالم العربي الضحية الأساسية لأزمة كورونا

يبـدو لنا بالنظـر إلى تأثيرات أزمة كورونا الأساسـية والمتعلقة بتراجع الإنفاق الإعلاني وبالدروس المستخلصة من التجارب السابقة، أن الصحافة المستقلة وخاصة الورقية والرقمية على السـواء التي تعتمد على الإعلان وعلى المبيعات الورقية، هي الأكثر تأثرًا بالركود الاقتصادي، خاصة أن الصحافة الرقمية لا تعتمد على استراتيجية المضمـون بمقابل. أما الميديا العموميـة (أو بالأحرى الحكومية) التي تموِّلها الدولة وتسـيطر عليها الحكومة بشـكل مباشر أو غير مباشـر في أغلب الحالات فلن تتأثر بالأزمة بشكل مباشر.

هكذا، سـتزيد الأزمة من ارتباط الميديا بالسـلطة السياسـية والخضوع إليها أو الاستسـلام إلى المعلنين في كل الأحوال، فأزمة كورونا سـتجعل من شـروط ظهور صحافـة الجـودة وتطورها أكثر صعوبة.. فالصحافة ليسـت ممارسـة فردية بل هي صياغة وممارسـة جماعية مُمَأْسَسَـة تحتاج إلى مؤسسـات قوية توفر موارد عديدة للعمل الصحفي. فالصحافة الجيدة ذات تكلفة عالية، كما لا توجد مبادرات في الأفق لما يطلق عليه سياسـة عمومية في مجال الميديا تقوم على مسـاندة الميديا العمومية والخاصة على أداء أدوارها باعتبارها مؤسسة من مؤسسات الديمقراطية. فالاستقلالية ليست شعارًا يُرفَع أو إرادة يعبِّر عنها الصحفيون بل آليات مؤسسية مركبة على غرار نموذج «الغارديان» في بريطانيا و»لو كنار أنشيني» (Le Canard enchané) في فرنسا.

وفـي هـذا الإطار، يمكن أن نتحدث عن صحافـات وليس عن صحافة واحدة بالنظر إلى اختلاف السياقات السياسية والتكنولوجية والمهنية التي يعمل فيها الصحفيون في العالم العربي، والتي تسـهم في تنويع تمثُّلات المهنة والنماذج التحريرية وأنماط الالتزام بالمعايير الأخلاقية ومقاربات التعاطي مع الأحداث والمصادر بمختلف أنواعها والتعاطي مع المؤسسـات السياسـية. وفي كل الأحوال، فإن للسياق السياسي أهمية

بالغــة؛ فوجــود وزارة إعلام تدير قطاع الميديا الخاصة والعامة على الســواء يؤثر في طبيعة التغطية الإخبارية للجائحة وللأدوار التي يقوم بها الصحفيون في الأزمة.

خلاصات واستنتاجات

تُظهر دراسة بيئة الصحافة الإلكترونية العربية، ومحاولة تأصيل نشأتها وسياقات تطورها ومقاربة التحديات التي يواجهها هذا القطاع الصحفي هيكليًّا وتشريعيًّا ومهنيًّا وتكنولوجيًّا واستكشاف وضعه المستقبلي، أهمية المدخل النظري لإيكولوجيا الإعلام الذي مكَّن الباحثين المشاركين في هذا الكتاب من استقصاء أبعاد الظاهرة (القانونية، والاقتصادية، والمهنية، والتكنولوجية، والحريات الصحفية الإلكترونية..) وبحث ديناميات التفاعل بين هذه المتغيرات وسياقاتها المركَّبة سياسيًّا واقتصاديًّا واجتماعيًّا وثقافيًّا، وسمح أيضًا بتجاوز المنظور التجزيئي الذي يدرس القضايا دون مراعاة الشبكة العلائقية التي تربط أبعادها بالبيئات المتعددة المؤثرة فيها.

ففي محاولة التأصيل المعرفي لفهم سياقات نشأة الصحافة الإلكترونية العربية وتطورها، يرى الدكتور باسم الطويسي أن هذا القطاع الصحفي شهد تحولات متعددة خلال عقدين من عمره، أسهمت فيها عوامل ذاتية وعامة ارتبطت بالتكنولوجيا الجديدة وبالتحولات البيئية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، حيث جاءت نشأة الصحافة الإلكترونية العربية وتطورها وسط بيئة تاريخية مُتَحَوِّلة ومملوءة بالمحطات التاريخية المفصلية في حياة مجتمعات المنطقة، ما جعل الصحافة الإلكترونية أداة جديدة أسهمت في إعادة تشكيل صناعة الأخبار في هذا الجزء من العالم. ويلاحظ الطويسي أن **المرحلة الأولى** التي تُمثِّل النشأة المبكرة للصحافة الإلكترونية العربية (1995 – 1999) بقيت خلالها مشابهة تمامًا للنسخ الورقية نتيجة ضعف رؤية القائمين عليها لماهية هذا النمط من الصحافة وطبيعة التحول التاريخي الذي يشهده العالم؛ حيث لم يتغيَّر المضمون الذي يُنْشَر في النسخة الإلكترونية عن الأصل في الصحف الورقية ولا طريقة التحرير أو سرعة نشر الأخبار والمواد الصحافية؛ حيث كانت المواقع الصحفية تحتاج إلى 24 ساعة ليتمَّ تحديثها من جديد، كما هي الحال في طريقة الإخراج وعرض المحتوى فيما ذهبت بعض الصحف إلى عرض المحتوى على صيغة "بي دي إف" (PDF) أي صورة عن النسخة الأصلية.

وتُعَدُّ **المرحلة الثانية** التي يُسمِّيها الدكتور الطويسي مرحلة الانتشار (2000 – 2010) امتدادًا للتطور الذي سبقها في مرحلة النشأة المبكرة، وتتميز هذه المرحلة بثلاث ظواهر بارزة: بدايات ظهور مواقع إخبارية إلكترونية مستقلة عن الصحافة الورقية ولا علاقة مُؤَسَّسِيَة تربط بينهما،

وظهور البوابات الإلكترونية العامة التي قدَّمت خدمات إخبارية وتوثيقية عكست شكلًا من أشكال الصحافة الإلكترونية. وأخيرًا، ازدهار التدوين الصحفي الذي مارسه بالدرجة الأولى صحفيون محترفون بشكل مستقل. أما **المرحلة الثالثة** فيربطها الباحث بسياق ثورات الربيع العربي الذي زرع بذور مرحلة جديدة في تطور الصحافة الإلكترونية العربية جاءت نتائجها في انبثاق دور أكبر وحضور أوسع للصحافة الإلكترونية في الحياة العامة ومساهمة كبيرة في بداية تشكُّل مجال عام جديد في العالم العربي مع الثورات والتحولات العربية في عام 2011. وكان من أبرز معالم هذه المرحلة هو التوسع الكمي الكبير في الصحف الإلكترونية، وظهور صحف جديدة أكثر مهنية وأكثر قُرْبًا للمعايير الجديدة للاحتراف الصحفي الرقمي التي باتت تنضج على المستوى العالمي، مع استمرار الضعف المهني طابعًا عامًّا، وازدياد حصة الصحافة الإلكترونية من سوق الإعلانات الإعلامية التي لم تكن تكاد تُذكَر قبل عام 2010، مع استمرار تدني هذه الحصة بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية من جهة، ومع منصات الإعلام الرقمي الأخرى من جهة ثانية، وتحديدًا في ضوء ما باتت تستقطبه شبكات التواصل الاجتماعي من حصة الإعلان.

ويخلص الأكاديمي علي كريمي في دراسته لمراحل النظام القانوني للصحافة الإلكترونية العربية ومسارات تطوره إلى أن فهم القواعد التنظيمية لهذا القطاع وهدفها يتطلبان البحث عن حقيقتها ليس في متن النص القانوني المنظم لها، بل في المحيط السياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي نشأت في رحمه. ويرى أن تنظيم الصحافة الإلكترونية مرتبط بتطور النظام القانوني للإعلام الإلكتروني على المستوى الدولي، وهو بهذا المعنى شديد الصلة بمختلف منعرجات الشروط السياسية التي مرت بها المنطقة العربية في علاقتها بتطور وسائل الإعلام الإلكترونية، ووسائل الإعلام بصفة عامة. ولاحظ الدكتور كريمي وجود اتجاهين في العالم العربي بينهما بعض التمايز بشأن تنظيم الإعلام الإلكتروني:

– **الاتجاه الأول**: وهو الأكثر انتشارًا، ويسعى إلى إدراج هذه الصحافة من حيث التَّقْنِين والضَّبْط في خانة الصحافة التقليدية، فطبَّق عليها ما هو مطبَّق على هذه الأخيرة وبالخصوص الصحافة الورقية.

– **الاتجاه الثاني**: سارت فيه أقلية قليلة من الدول، حيث أفردت لهذه الصحافة قانونًا خاصًّا، كما أن هناك دولًا داخل الاتجاه الأول سعت إلى تأكيد الصحافة الإلكترونية في نص دستورها، وتجدر الإشارة هنا إلى دولتين مرَّتا بحالة الثورة، وهما: تونس ومصر.

وأظهرت الدراسة كيف حصل التطور في التعامل قانونيًا مع الصحافة الإلكترونية العربية، انطلاقًا من التنظيم الخجول لها، إلى التنظيم الكامل والشامل، مع التأكيد على اعتبارها، مثلها مثل الصحافة التقليدية. ومن ثمة أكدت على ما يلي:

أولًا: لفهم عمق قواعد قانون الإعلام الإلكتروني يجب البحث عن حقيقة هذه القواعد وهدفها، وعن معانيها ومقاصدها، ليس في متن النص القانوني المنظم لها بل في المحيط السياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي نشأت في رحمه هذه القواعد. ومن ثم يجب الرجوع إلى البيئة التي نشأت فيها وإلى الشرط السياسي الذي في رحمه وضعت من أجل استيعاب مراميها.

ثانيًا: صعوبة المواكبة التشريعية لتطورات تكنولوجية الإعلام الحديثة؛ ذلك أن هذه الأخيرة تعرف تطورًا سريعًا، في حين أن المواكبة التشريعية لها ضعيفة جدًّا بسبب بطء مسطرة صياغة القانون، وتعقُّد المراحل التي يمر بها، والقنوات التي يَعْبُرُها. يضاف إلى ذلك ما يعتري العملية التشريعية من تعثر وتَرَهُّل، بينما تعرف هذه التكنولوجيات تطورًا سريعًا يناظر سرعة البرق.

ثالثًا: هناك اليوم ضرورة لوضع مدونة إقليمية عربية خاصة بالإعلام الإلكتروني تهتدي بها الدول عند وضعها لقوانين إعلامها الإلكتروني الداخلي، ما يفرض فصل الإعلام الإلكتروني عن الإعلام والنشر الورقي، خاصة أن بين الإعلامين اختلافًا كبيرًا كما أن بينهما وبين الإعلام السمعي البصري اختلافًا، ولكن مع ذلك فإن هذا الأخير يشتمل في الآن نفسه على الثلاثة معًا، فهو من جهة ينطبق عليه ما ينطبق على الإعلام الورقي من حيث النشر، ومن جهة ثانية ما ينطبق على الإعلام السمعي البصري لاشتماله على الصوت والصورة والكتابة.

لذلك، يرى الدكتور كريمي أن التشريع في حقل الإعلام الإلكتروني، وفي مجال الإعلام بصفة عامة، ينبغي أن ينكب على فكرة التنظيم، وألا يسرف في النص على العقوبات؛ لأن الدولة في نهاية الأمر سلطة مُنَظِّمَة، وليست سلطة زاجرة. وهي تُشَرِّع وفقًا لسلطتها على إقليمها، ولا يجوز لها أن تمدَّ تشريعها لمواقع ليست ملكًا لها، كما هي الحال فيما يخص المواقع الإلكترونية. إن هذه المواقع تبعًا لاتفاقية التجارة العالمية ليست ملكًا للدولة حتى تمنع الناس من إنشاء حساباتهم فيها، لكن في المقابل قد يمكن للدولة أن تجرِّم المحتوى الإلكتروني مثلًا، إن كان يتضمن ما قد يُعتبر جريمة جنائية. وعليه، فإن منع إنشاء المواقع والحسابات وربط ذلك بضرورة الحصول على ترخيص، فيه تجاوز لسلطات الدول الأخرى، على اعتبار أن شبكة الإنترنت ليست ملكًا لدولة بعينها.

أما دراسة الأكاديمي محمد الأمين موسى التي تناولت البعد الإيكولوجي لاقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية، فرصدت تحديات كبيرة تواجه الاستثمار في مجال الصحافة الإلكترونية لاسيما إذا انطلق المستثمر من النموذج الاقتصادي الذي اتبعته وسائل الإعلام التقليدية؛ لذا تحتاج الصحافة الإلكترونية إلى نموذج اقتصادي يتواءم مع الخصائص التواصلية لشبكة الويب والتواصل الإنساني عبر الإنترنت، ويستجيب للمستجدات التي تظهر مع تَغَيُّر حاجيات المتلقين للمحتوى الإعلامي وتَغَيُّر عاداتهم في التلقي؛ فثمة خدمات جديدة تظهر بكيفية متسارعة وتحتاج من يكتشف مكامن الربح فيها ويستغلها في الوقت المناسب.

وقدَّم الدكتور موسى نموذجًا لاقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية يرسم الملامح العامة لتنوع المداخيل (مداخيل الإعلانات، والاشتراكات، والخدمات التحريرية، والملفات الترويجية) مع التركيز على جودة المحتوى الإعلامي والقدرة على الاستفادة من مواهب الموارد البشرية ومهاراتها في تقديم خدمات إعلامية لا تتوفر في فضاءات الويب مجانًا، خاصة تلك المؤسسات والجهات التي تبحث عن المحتوى المثمر.

وفيما يتعلق بحدود تطبيق هذا النموذج وإمكانية مواكبته للمستجدات وقدرته على التكيف في المجتمعات العربية المختلفة والتي يتباين تعاطيها مع الإعلام من حيث الظروف التي توفرها الجهات الرسمية أو من حيث عادات التلقي، يرى الدكتور موسى:

- هذا النموذج الاقتصادي لا يهتم بالمداخيل التي تتخذ طابع الدعم سواء تعلق الدعم بجهات حكومية أو مراكز نفوذ لها مآرب غير اقتصادية (والمآرب الاقتصادية تعني تقديم تمويل يتم استرداده من خلال النشاط الذي تقوم به المؤسسة زائدًا الأرباح)؛ فالدعم يجعل مكونات النموذج الاقتصادي للمؤسسة الإعلامية مجرد دخل ثانوي لا تناضل المؤسسة من أجل الحصول عليه.

- نجاح هذا النموذج رهين بأداء العاملين في المؤسسة الإعلامية الإلكترونية والقائمين على أمرها انطلاقًا من وعي اقتصادي يجعل إعداد المحتوى وإعداد الشكل أكثر تلبية لحاجيات المتلقي-المستهلك. والسؤال الرئيس هنا الذي يحتاج إلى إجابة مسبقة: ما الذي يجعل المتلقي يدفع مقابل الحصول على الخدمة الإعلامية التي تُقدِّمها المؤسسة الإعلامية الإلكترونية؟

- هناك تفاعل وتكامل وانسجام بين المكونات الأربع للنموذج؛ فكل مكون يخدم المكونات الثلاثة الأخرى من خلال التمايز عنها وتقديم خدمات تناسب فئة معينة من الجمهور؛ الأمر

الذي يُقَدِّم لطالب الخدمة الإعلامية خيارات عدَّة تناسب ميزانيته وجمهوره المستهدف.

- قائمة مكونات النموذج ليست نهائية، بل قابلة للتوسع أو الاستبدال أو التقلص وفقًا للسياقين التاريخي والجغرافي، وكذلك تخصص الصحيفة الإلكترونية ورؤيتها وقدرتها على ابتكار خدمات جديدة استنادًا إلى المستحدثات التكنولوجية.

وحول دور الصحافة الإلكترونية في تشكيل أو إعادة تشكيل المجال العام، يخلص الأكاديمي نصر الدين لعياضي إلى أن العوامل التي أدت بيورغن هابرماس إلى التأكيد على انحراف المجال العام، مثل انتقال صحافة الرأي إلى صحافة تجارية، وتراجع اهتمام محرري الصحف بالمصلحة العامة بعد 1870 مقابل دفاعهم عن المصالح الخاصة، إضافة إلى جنوحها نحو الترفيه، لا تزال قائمة بالنسبة للكثير من مواقع الصحف الإلكترونية العربية. لكن هذا الأمر يجب ألا يُخفي الدور النشيط الذي قامت وتقوم به هذه الصحافة في توسيع سجل الأحداث والوقائع واطلاع أكبر عدد من الناس عليها، والكشف عن التجاوزات في إدارة قضايا الشأن العام في الكويت وتونس والجزائر والمغرب، على سبيل المثال، والدفع بالمشاكل التي تطرأ على المجتمع لتكون مرئية أكثر كشرط أساسي لتحولها إلى مشاكل عمومية، باستخدام قوالب جديدة لسرد الأحداث والتجارب بشكل يثير فضول الجمهور/ المستخدمين ويدفع للاهتمام بها.

ويرى الدكتور لعياضي أن تصفح مواقع الصحف الإلكترونية العربية ومتابعة تداعياتها في الفضاء الإعلامي العربي لا تؤكد تشذُّر المجال العام فحسب، بل تدعو أيضًا إلى إعادة التفكير في مفهومه وفي الأشكال التي يتجسَّد بها بعيدًا عن شروطه الأنطولوجية التي أكد عليها هابرماس: الاستعمال العمومي للعقل، ومناقشة الآراء والمقترحات المتعلقة بالشأن العام ومداولاتها، والفصل بين ما هو عام وما هو خاص، ووجود مجتمع مدني قوي ونشيط. فالفضاء العمومي في البيئة الافتراضية التي تشكِّل الصحافة الإلكترونية جزءًا من متنه يتطلب مقاربته من منظور إصدار الأحكام وليس الحجاج. الأحكام التي تفعل فعلتها في تشكيل الرأي العام العربي حول القضايا والمشاكل والأحداث التي تثيرها مواقع الصحف الإلكترونية.

وفي دراسته لواقع حرية الصحافة الإلكترونية العربية انطلاقًا من الحالة الأردنية، أوضح الدكتور محمد الراجي أن الرؤى المختلفة للفاعلين المهنيين والمعنيين بحقل الإعلام تكشف الطابعَ الإشكاليَّ لحرية الصحافة الإلكترونية في الأردن بالنظر إلى العلاقة التبادلية بين متغيرات بيئتها المهنية والقانونية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية. فقد أبرزت المراحل الثلاث التي

تشكَّلت فيها حالة حرية الصحافة الإلكترونية وخصوصية الحامل الإلكتروني نفسه (الويب 2.0) مدى تأثير البيئة الإعلامية والاتصالية الجديدة في صَوْغ المفهوم ودلالاته وأبعاده الجديدة التي ارتبطت بـ"سقف مفتوح" ("سقف عال"، و"مستوى جيد") في معالجة قضايا الشأن العام، وهو "سقف غير مسبوق" في المشهد الإعلامي الأردني لـ"جرعاته الزائدة" قبل مرحلة التشريع حتى غدا سقفًا وهميًّا مجالًا ومنظورًا. وقد أسهم أيضًا السياق السياسي العام ودينامية الحراك الشعبي الذي تزامن مع أحداث الربيع العربي في بلورة تلك الدرجة المعيارية (مستوى جيد) التي اعتبرها البعض مكسبًا للحالة الإعلامية في الأردن، فضلًا عن بروز فاعلين جدد في المشهد الإعلامي الإلكتروني.

لكن سرعان ما تراجع هذا "السقف المفتوح" في ظل منظومة قانونية يعتبرها معظم الفاعلين المهنيين والباحثين المعنيين بحقل الإعلام تقييدًا لحرية الصحافة الإلكترونية و"نكوصًا عن المكتسبات". وهنا، يبرز مرة أخرى تأثير البيئة التشريعية والسياسية والاقتصادية باعتبارها سياقات كابحة لحرية الصحافة الإلكترونية، وهو ما يستدعي النظر في الشروط والعوامل المناسبة لتجاوز الإشكاليات التي تثيرها هذه البيئات غير الصديقة للحريات. ويرى العديد من الفاعلين المهنيين والباحثين أن الخطوة الأولى تتطلب إيجاد "بيئة صديقة للحريات" تتمثَّل في عقلية جديدة تمتلك الخبرة في إدارة ملف الإعلام؛ لأن ذهنية الدولة لا تزال -في نظر هؤلاء- محافظة في تدوير القيادات والتشريعات، وفي سنِّ القوانين وتنظيم القطاع. كما أن هذه البيئة الصديقة للحريات تحتاج لتشريعات وقوانين لا تنزع فلسفتها وروحها للتقييد والتجريم والعقاب كما يبدو في قانون الجرائم الإلكترونية الذي يعتبره البعض "عبثًا بالأمن الوطني" لتحصينه فئة ضد النقد بكل أشكاله؛ ما يؤدي إلى ظواهر سلبية تُعطِّل إنجاز مسلسل الانتقال الديمقراطي الطويل الذي يعيشه الأردن منذ العام 1989. ويرى هؤلاء المهنيون أن الذي حمى الأردن خلال فترة الربيع العربي هو مساحة النقد التي كانت تتوفر في الأردن، فكسرت التابوهات التقليدية والمحرمات السياسية والاجتماعية والثقافية؛ "لذلك، يجب التعامل مع الإعلام باعتباره جزءًا من الأمن المجتمعي وحماية الأمن الوطني والاستقرار والتنمية المستدامة وليس على مقاس بعض أجنحة السلطة".

وستكون البيئة الصديقة للحريات محصَّنة أيضًا بحق الحصول على المعلومات التي لا يزال الصحفيون يواجهون حتى اليوم صعوبات وعقبات كثيرة من أجل الوصول إليها جرَّاء البيروقراطية والهواجس الأمنية. كما أن انتشار بعض أنواع الخطاب (الكراهية، التحريض..)

والشائعات والأخبار الزائفة لا يجوز النظر في نتائجها عبر المسارعة لسن القوانين وإنما البحث عن أسبابها ومعالجة جذورها. ولا يمكن أيضًا إغفال تعزيز المجال العام الذي شكَّلت فيه الصحافة الإلكترونية -خلال إحدى مراحل تطورها- منصاتٍ للنقاش العام تسمح بمشاركة تفاعلية لجميع أفراد المجتمع، وهو ما كان يُمثِّل عنصر قوتها. وقد يصبح هذا المجال أكثر فاعلية في ظل بيئة سياسية تكون صديقة للحريات.

أما الدراسة التي بحث فيها الأكاديمي المعز بن مسعود أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية، فقد شخَّصت أولًا الإشكاليات التي تشترك فيها أغلب الصحف الإلكترونية، وهي بالأساس:

- غياب تشريع محدد يتعامل مع الصحافة الإلكترونية بأبعادها المختلفة، المهنية والفنية والمالية، وعلاقاتها بمؤسسات الدولة.

- عدم وضوح علاقة الأطراف المكوِّنة لقطاع الصحافة الإلكترونية بالنقابات المهنية؛ على اعتبار أن النقابة هي الجهة الأساسية المسؤولة عن قضايا مهنة الصحافة، وأن عدم انتهاء النقابة إلى مفهوم أو تصور محدد لعلاقة المؤسسات الصحفية الإلكترونية أو الافتراضية والصحفيين الإلكترونيين بها، يبقى من المشاكل المطروحة بصفة جدية على أصحاب المهنة.

وبناء على ما تقدَّم، خلص الدكتور ابن مسعود إلى أن الإعلام الإلكتروني يجب أن يستمد قواعده الأساسية من الأخلاقيات التي تمَّ إنضاجها في حقل الإعلام التقليدي بمحامله المختلفة المكتوبة والمسموعة، والمرئية. كما أن حقل الصحافة الإلكترونية بمواصفاته التكنولوجية والتواصلية الجديدة بات يفرض التفكير في منظومة أخلاقيات خاصة به تتفاعل مع التحولات المشار إليها، فضلًا عن الحاجة الملحَّة لتطوير آليات التنظيم الذاتي والرصد، بشراكة مع جمهور مستخدمي الصحافة الإلكترونية، وكذلك شركات التكنولوجيا العملاقة، وذلك انسجامًا مع مقوِّم التفاعلية الذي يطبع هذه الصناعة.

ويرى ابن مسعود أن جزءًا من انحرافات المشاكل المطروحة على مستوى الأخلاقيات المهنية قد يُحَلُّ لو أن كبرى شركات التكنولوجيا قبلت تقمُّص دور الناشر في هذا العصر الرقمي، والاستفادة من العدد الهائل من الصحفيين الأكفاء والملمِّين بالأخلاقيات المهنية، الذين شردتهم ثورة المعلومات، لاسيما أن تلك الشركات بإمكانها تحمل التكلفة، بعد أن بلغت أسعارها التجارية أرقامًا خيالية.

من جهة أخرى، ولتجاوز بعض الأفكار السائدة التي تعتبر أن "صحافة الإنترنت" لا تتعدى أن تكون "شغبًا افتراضيًّا" -بدليل عدم توفُّر ممارسيها على تكوين صحافي؛ مما يفسر عدم احترام كتاباتهم للقواعد المتبعة عادة في الكتابة الصحفية"-، فإن جمعيات المجتمع المدني الممثِّلة لمديري وكُتَّاب المواقع الإلكترونية، وأصحاب المدونات والمنظمات غير الحكومية، على الصعيدين العربي والدولي، بإمكانها المساعدة على هيكلة الحقل الإعلامي الإلكتروني المليء بالإشكالات المتعلقة بالالتزام الأخلاقي، واحترام التقنية التي باتت الهاجس الأكبر لأرباب المهنة في الصحافة الإلكترونية على حساب الضوابط المهنية.

ولئن هُمِّشت الضوابط المهنية للإعلام الجديد، لحساب هوس بالمعايير التقنية التي أصبحت تحتل الجانب الأكبر من اهتمامات المشتغلين بالصحافة الإلكترونية العربية، والبحث عن السبق الصحفي على حساب المعايير المهنية مما فسح المجال واسعًا أمام الشائعات، إلا أن هناك بعض المحاولات لوضع مبادئ لخدمة الصحافة الإلكترونية وصحافييها، بهدف دعم المقاييس والمعايير المهنية، ودفع مبادئ الحرية الصحفية في جمع وتوزيع المعلومات، ومقاومة أية مصلحة شخصية أو أية ضغوط من قبل المهنيين قصد التأثير على الواجب الصحفي أو الإخلال بخدمة الجمهور، والمصلحة العامة. كما أن إقرار المساءلة الإعلامية التي تحقق التوازن بين حقوق الفرد والمجتمع وحق الصحفي في حرية التعبير من خلال مجالس صحفية ولجان إعلامية مستقلة وذات مصداقية، قد يكون أحد دعائم أخلاقيات العمل الإعلامي في الصحف الإلكترونية العربية، دون أن يعني ذلك طبعًا استبعاد دور القانون في تحسين جودة هذه الصحافة.

وخلصت الدراسة، التي أعدَّتها الأكاديمية فاطمة الزهراء السيد، حول ميكانيزمات التعايش والتنافس بين الصحافة الإلكترونية العربية ومنصات الإعلام الاجتماعي إلى أن حالة التنافسية تظل قائمة بين نمطي الصحافة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي مع ميزات تفضيلية متزايدة لصالح الأخيرة نتيجة لتطور تكنولوجيا الهواتف المحمولة مع وجود بعض الفرص التي إذا أحسنت الصحف الإلكترونية استخدامها فقد يساعد ذلك في استعادة بريقها، مثل القدرة على إحداث توازن بين التَّحقُّق من صحة ودقة الأخبار وسرعة نشرها، وكذلك استخدام شبكات العلاقات المحلية من خلال اندماج المحررين في مجموعات الاتصال ذات الاهتمامات العامة المشتركة واستخدام الحوارات الدائرة فيها لتوليد أفكار جديدة لمحتوى صحفي إبداعي. بالإضافة إلى بذل الجهد في استقطاب المتميزين من منتجي المحتوى المكتوب أو متعدد الوسائط عبر شبكات التواصل الاجتماعي ودمج إنتاجهم بشكل تكاملي مع مضمون الموقع الإلكتروني للصحيفة.

وترى الدكتورة السيد أن هناك مسارات عديدة تستطيع الصحف الإلكترونية المضي قدمًا فيها لتتكيَّف مع واقع الاستحواذ المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي على اهتمامات المستخدمين الإخبارية إلا أن جميع هذه المسارات يؤدي إلى مساحة واحدة وهي الاتصال المباشر مع جمهور الشبكات والبحث عن نطاقات تعاون مشتركة لإنتاج محتوى إعلامي بشكل جديد على أن تشمل الاتصالات كلًّا من الجماهير المتفاعلة على التطبيقات العالمية وكذلك التطبيقات المحلية. لكن يبدو أن استمرار مواقع الصحف الإلكترونية مرتهن بشكل أساسي بالنجاح في مواجهة التحدي الاقتصادي. فربما تنجح سياسات المواجهة المهنية لبعض الوقت في جذب اهتمام الجمهور إلا أنه ليس من المتوقع أن تصمد على المدى البعيد في ظل التطورات التقنية التي يبدو أنها تعمل لصالح تطبيقات الاتصال عبر الهواتف المحمولة والمرتبطة في الأساس بشبكة العلاقات الشخصية. ولذلك، فإن استفادة مواقع التواصل الاجتماعي من هذه التطورات سيكون أكبر من استفادة مواقع الصحف الإلكترونية إلا إذا تخلت المؤسسة الصحفية عن نافذتها التقليدية لتزويد الجمهور بالخدمة الصحفية وفكَّكت محتواها في شكل تطبيقات متخصصة يتم إعادة تأهيل محرري الأقسام للتعامل معها، يختار منها الجمهور ما يناسب اهتماماته على أن يتم دمج محتوى التطبيقات مع محتواها المنشور عبر حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي والذي يجب تحريره بشكل يزيد من شغف القارئ بزيارة موقع الصحيفة لمعرفة الأبعاد الكاملة للقصة الإخبارية.

وفي سياق البحث في تأثيرات أزمة جائحة كورونا على صناعة الصحافة والميديا، ينظر الأكاديمي، الدكتور الصادق الحمامي، إلى انعكاسات هذه الأزمة ومظاهرها باعتبارها كاشفة لأزمات سابقة ولإشكاليات قديمة وهيكلية ذات بُعْد نسقي تعلمت منها صناعة الميديا بشكل عام؛ فالأزمة لا تأتي والصحافة والميديا في صحة جيدة. ويتمثَّل هذا البعد النسقي للأزمة في عدة مستويات، منها: انهيار بيئة الأخبار الذي هو ذو طابع نسقي أيضًا الذي يتجسَّد في انتشار الأخبار الكاذبة بسبب الميديا الاجتماعية التي تسهم في توسيع قدرات الناس على إشاعة الأكاذيب وعلى الدعاية، وفي انتشار "الصحاري الإخبارية"، وفي انهيار المؤسسات التي كان عليها مسؤولية نشر الأخبار واستحواذ المنصات الاجتماعية على مسالك توزيع المعلومات وعلى الإعلان الرقمي.

ويرى الدكتور الحمامي أن الدرس الأساسي المستخلص من أزمتي 2009 وجائحة كورونا هو أن الحلول المبتكرة التي انتهجتها الصحافة الإلكترونية لا تتوافر شروطها في العالم العربي لأسباب عديدة، منها أولًا: أن استراتيجية المضمون بمقابل تقتضي أن تكون هناك بيئة رقمية

تصبح فيها تكنولوجيات الدفع الإلكتروني متوافرة ومتاحة وثقافة الدفع عن بُعْد راسخة، وهذا ما لا يتوافر إلى الآن في غالبية الدول العربية التي لم تترسَّخ فيها بعد سلوكيات التجارة الإلكترونية، إضافة إلى أن خدمة المضمون الرقمي تقتضي وقتًا طويلًا حتى تصبح راسخة.

وتتمثَّل الصعوبة الثانية في محدودية قدرات المواطنين على شراء المضامين الصحفية؛ ما يعنى أن الصحافة بمقابل هي صحافة بالضرورة نخبوية مخصصة لمن له القدرة على الدفع، والحال أن ثقافة المضمون المجاني أو الذي يتم الحصول عليه بواسطة تقنيات القرصنة منتشرة في العالم العربي.

أما الصعوبة الثالثة، فتتعلق بقدرات المؤسسات الصحفية على إنتاج المضامين الجيدة التي تستحق أن تُحَوَّل إلى مضامين يدفع من أجلها الناس مقابلًا. وهذه المضامين على غرار التحقيقات والاستقصاء وصحافة البيانات والصحافة التفسيرية وصحافة التحري والتي يُطلق عليها صحافة الجودة تحتاج إلى موارد مالية وبشرية مهمة وإلى سياق سياسي مُواتٍ لا يتوافر الآن في ظل غياب الحريات وسيطرة الدولة على الميديا والصحافة.

ويضيف الباحث إلى هذه الصعوبات كلها غياب سياسة عمومية في مجال الميديا هدفها دعم الصحافة المستقلة كما هي الحال في السياقات الأوروبية على وجه الخصوص التي لا يمكن أن تستمر فيها الصحافة المستقلة وحتى الخاصة دون هذه المساعدات.

وفي دراسته لواقع حرية الصحافة الإلكترونية العربية انطلاقًا من الحالة الأردنية، أوضح الدكتور محمد الراجي أن الرؤى المختلفة للفاعلين المهنيين والمعنيين بحقل الإعلام تكشف الطابعَ الإشكاليَّ لحرية الصحافة الإلكترونية في الأردن بالنظر إلى العلاقة التبادلية بين متغيرات بيئتها المهنية والقانونية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية. فقد أبرزت المراحل الثلاث التي تشكَّلت فيها حالة حرية الصحافة الإلكترونية وخصوصية الحامل الإلكتروني نفسه (الويب 2.0) مدى تأثير البيئة الإعلامية والاتصالية الجديدة في صَوْغ المفهوم ودلالاته وأبعاده الجديدة التي ارتبطت بـ"سقف مفتوح" ("سقف عال"، و"مستوى جيد") في معالجة قضايا الشأن العام، وهو "سقف غير مسبوق" في المشهد الإعلامي الأردني لـ"جرعاته الزائدة" قبل مرحلة التشريع حتى غدا سقفًا وهميًّا مجالًا ومنظورًا. وقد أسهم أيضًا السياق السياسي العام ودينامية الحراك الشعبي الذي تزامن مع أحداث الربيع العربي في بلورة تلك الدرجة المعيارية (مستوى جيد) التي اعتبرها البعض مكسبًا للحالة الإعلامية في الأردن، فضلًا عن بروز فاعلين جدد في المشهد الإعلامي الإلكتروني.

لكن سرعان ما تراجع هذا "السقف المفتوح" في ظل منظومة قانونية يعتبرها معظم الفاعلين المهنيين والباحثين المعنيين بحقل الإعلام تقييدًا لحرية الصحافة الإلكترونية و"نكوصًا عن المكتسبات". وهنا، يبرز مرة أخرى تأثير البيئة التشريعية والسياسية والاقتصادية باعتبارها سياقات كابحة لحرية الصحافة الإلكترونية، وهو ما يستدعي النظر في الشروط والعوامل المناسبة لتجاوز الإشكاليات التي تثيرها هذه البيئات غير الصديقة للحريات. ويرى العديد من الفاعلين المهنيين والباحثين أن الخطوة الأولى تتطلب إيجاد "بيئة صديقة للحريات" تتمثَّل في عقلية جديدة تمتلك الخبرة في إدارة ملف الإعلام؛ لأن ذهنية الدولة لا تزال -في نظر هؤلاء- محافظة في تدوير القيادات والتشريعات، وفي سنِّ القوانين وتنظيم القطاع. كما أن هذه البيئة الصديقة للحريات تحتاج لتشريعات وقوانين لا تنزع فلسفتها وروحها للتقييد والتجريم والعقاب كما يبدو في قانون الجرائم الإلكترونية الذي يعتبره البعض "عبثًا بالأمن الوطني" لتحصينه فئة ضد النقد بكل أشكاله؛ ما يؤدي إلى ظواهر سلبية تُعطِّل إنجاز مسلسل الانتقال الديمقراطي الطويل الذي يعيشه الأردن منذ العام 1989. ويرى هؤلاء المهنيون أن الذي حمى الأردن خلال فترة الربيع العربي هو مساحة النقد التي كانت تتوفر في الأردن، فكسرت التابوهات التقليدية والمحرمات السياسية والاجتماعية والثقافية؛ "لذلك، يجب التعامل مع الإعلام باعتباره جزءًا من الأمن المجتمعي وحماية الأمن الوطني والاستقرار والتنمية المستدامة وليس على مقاس بعض أجنحة السلطة".

وستكون البيئة الصديقة للحريات محصَّنة أيضًا بحق الحصول على المعلومات التي لا يزال الصحفيون يواجهون حتى اليوم صعوبات وعقبات كثيرة من أجل الوصول إليها جرَّاء البيروقراطية والهواجس الأمنية. كما أن انتشار بعض أنواع الخطاب (الكراهية، التحريض..) والشائعات والأخبار الزائفة لا يجوز النظر في نتائجها عبر المسارعة لسن القوانين وإنما البحث عن أسبابها ومعالجة جذورها. ولا يمكن أيضًا إغفال تعزيز المجال العام الذي شكَّلت فيه الصحافة الإلكترونية -خلال إحدى مراحل تطورها- منصاتٍ للنقاش العام تسمح بمشاركة تفاعلية لجميع أفراد المجتمع، وهو ما كان يُمثِّل عنصر قوتها. وقد يصبح هذا المجال أكثر فاعلية في ظل بيئة سياسية تكون صديقة للحريات.

أما الدراسة التي بحث فيها الأكاديمي المعز بن مسعود أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية، فقد شخَّصت أولًا الإشكاليات التي تشترك فيها أغلب الصحف الإلكترونية، وهي بالأساس:

– غيـاب تشريع محـدد يتعامل مـع الصحافة الإلكترونية بأبعادها المختلفة، المهنية والفنية والمالية، وعلاقاتها بمؤسسات الدولة.

– عـدم وضـوح علاقة الأطراف المكوِّنة لقطاع الصحافة الإلكترونية بالنقابـات المهنية؛ على اعتبار أن النقابة هي الجهـة الأساسية المسؤولة عـن قضايـا مهنـة الصحافـة، وأن عـدم انتهـاء النقابـة إلى مفهـوم أو تصـور محـدد لعلاقـة المؤسسات الصحفيـة الإلكترونية أو الافتراضية والصحفيين الإلكترونيين بها، يبقى من المشاكل المطروحة بصفة جدية على أصحاب المهنة.

وبناء على ما تقدَّم، خلص الدكتور ابن مسعود إلى أن الإعلام الإلكتروني يجب أن يستمد قواعده الأساسية من الأخلاقيات التي تمَّ إنضاجها في حقل الإعلام التقليدي بمحامله المختلفة المكتوبة والمسموعة، والمرئية. كما أن حقل الصحافة الإلكترونية بمواصفاته التكنولوجية والتواصلية الجديدة بات يفرض التفكير في منظومة أخلاقيات خاصة به تتفاعل مع التحولات المشار إليها، فضلًا عن الحاجة الملحَّة لتطوير آليات التنظيم الذاتي والرصد، بشراكة مع جمهور مستخدمي الصحافة الإلكترونية، وكذلك شركات التكنولوجيا العملاقة، وذلك انسجامًا مع مقوِّم التفاعلية الذي يطبع هذه الصناعة.

ويرى ابن مسعود أن جزءًا من انحرافات المشاكل المطروحة على مستوى الأخلاقيات المهنية قد يُحَلُّ لو أن كبرى شركات التكنولوجيا قبلت تقمُّص دور الناشر في هذا العصر الرقمي، والاستفادة من العدد الهائل من الصحفيين الأكفاء والملمِّين بالأخلاقيات المهنية، الذين شردتهم ثورة المعلومات، لاسيما أن تلك الشركات بإمكانها تحمل التكلفة، بعد أن بلغت أسعارها التجارية أرقامًا خيالية.

من جهة أخرى، ولتجاوز بعض الأفكار السائدة التي تعتبر أن "صحافة الإنترنت" لا تتعدى أن تكون "شغبًا افتراضيًّا" -بدليل عدم توفُّر ممارسيها على تكوين صحافي؛ مما يفسر عدم احترام كتاباتهم للقواعد المتبعة عادة في الكتابة الصحفية"-، فإن جمعيات المجتمع المدني الممثِّلة لمديري وكُتَّاب المواقع الإلكترونية، وأصحاب المدونات والمنظمات غير الحكومية، على الصعيدين العربي والدولي، بإمكانها المساعدة على هيكلة الحقل الإعلامي الإلكتروني المليء بالإشكالات المتعلقة بالالتزام الأخلاقي، واحترام التقنية التي باتت الهاجس الأكبر لأرباب المهنة في الصحافة الإلكترونية على حساب الضوابط المهنية.

ولئن هُمِّشت الضوابط المهنية للإعلام الجديد، لحساب هوس بالمعايير التقنية التي أصبحت تحتل الجانب الأكبر من اهتمامات المشتغلين بالصحافة الإلكترونية العربية، والبحث عن السبق الصحفي على حساب المعايير المهنية مما فسح المجال واسعًا أمام الشائعات، إلا أن هناك بعض المحاولات لوضع مبادئ لخدمة الصحافة الإلكترونية وصحافييها، بهدف دعم المقاييس والمعايير المهنية، ودفع مبادئ الحرية الصحفية في جمع وتوزيع المعلومات، ومقاومة أية مصلحة شخصية أو أية ضغوط من قبل المهنيين قصد التأثير على الواجب الصحفي أو الإخلال بخدمة الجمهور، والمصلحة العامة. كما أن إقرار المساءلة الإعلامية التي تحقق التوازن بين حقوق الفرد والمجتمع وحق الصحفي في حرية التعبير من خلال مجالس صحفية ولجان إعلامية مستقلة وذات مصداقية، قد يكون أحد دعائم أخلاقيات العمل الإعلامي في الصحف الإلكترونية العربية، دون أن يعني ذلك طبعًا استبعاد دور القانون في تحسين جودة هذه الصحافة.

وخلصت الدراسة، التي أعدتها الأكاديمية فاطمة الزهراء السيد، حول ميكانيزمات التعايش والتنافس بين الصحافة الإلكترونية العربية ومنصات الإعلام الاجتماعي إلى أن حالة التنافسية تظل قائمة بين نمطي الصحافة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي مع ميزات تفضيلية متزايدة لصالح الأخيرة نتيجة لتطور تكنولوجيا الهواتف المحمولة مع وجود بعض الفرص التي إذا أحسنت الصحف الإلكترونية استخدامها فقد يساعد ذلك في استعادة بريقها، مثل القدرة على إحداث توازن بين التَّحقُّق من صحة ودقة الأخبار وسرعة نشرها، وكذلك استخدام شبكات العلاقات المحلية من خلال اندماج المحررين في مجموعات الاتصال ذات الاهتمامات العامة المشتركة واستخدام الحوارات الدائرة فيها لتوليد أفكار جديدة لمحتوى صحفي إبداعي. بالإضافة إلى بذل الجهد في استقطاب المتميزين من منتجي المحتوى المكتوب أو متعدد الوسائط عبر شبكات التواصل الاجتماعي ودمج إنتاجهم بشكل تكاملي مع مضمون الموقع الإلكتروني للصحيفة.

وترى الدكتورة السيد أن هناك مسارات عديدة تستطيع الصحف الإلكترونية المضي قدمًا فيها لتتكيَّف مع واقع الاستحواذ المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي على اهتمامات المستخدمين الإخبارية إلا أن جميع هذه المسارات يؤدي إلى مساحة واحدة وهي الاتصال المباشر مع جمهور الشبكات والبحث عن نطاقات تعاون مشتركة لإنتاج محتوى إعلامي بشكل جديد على أن تشمل الاتصالات كلًا من الجماهير المتفاعلة على التطبيقات العالمية وكذلك

التطبيقات المحلية. لكن يبدو أن استمرار مواقع الصحف الإلكترونية مرتهن بشكل أساسي بالنجاح في مواجهة التحدي الاقتصادي. فربما تنجح سياسات المواجهة المهنية لبعض الوقت في جذب اهتمام الجمهور إلا أنه ليس من المتوقع أن تصمد على المدى البعيد في ظل التطورات التقنية التي يبدو أنها تعمل لصالح تطبيقات الاتصال عبر الهواتف المحمولة والمرتبطة في الأساس بشبكة العلاقات الشخصية. ولذلك، فإن استفادة مواقع التواصل الاجتماعي من هذه التطورات سيكون أكبر من استفادة مواقع الصحف الإلكترونية إلا إذا تخلت المؤسسة الصحفية عن نافذتها التقليدية لتزويد الجمهور بالخدمة الصحفية وفكَّكت محتواها في شكل تطبيقات متخصصة يتم إعادة تأهيل محرري الأقسام للتعامل معها، يختار منها الجمهور ما يناسب اهتماماته على أن يتم دمج محتوى التطبيقات مع محتواها المنشور عبر حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي والذي يجب تحريره بشكل يزيد من شغف القارئ بزيارة موقع الصحيفة لمعرفة الأبعاد الكاملة للقصة الإخبارية.

عن هذا الكتاب

تُحاول فصول هذا الكتاب أن تتجاوز المنظور التجزيئي في دراسة بيئة الصحافة الإلكترونية العربية، وتُقدِّم تأصيلًا معرفيًّا لسياقات نشأتها وتطورها، ومقاربةً تركيبيةً لتحديات البنية الهيكلية والتشريعية والمهنية والتكنولوجية والوضع المستقبلي لهذا القطاع الصحفي من خلال المدخل النظري لـ"إيكولوجيا الإعلام". وتبدو أهمية هذا المدخل في كونه نموذجًا تفسيريًّا للبيئة الإعلامية من خلال دراسة بنيتها وهيكلها والمحتوى وتأثيراته، وديناميات التفاعل بين الظاهرة الإعلامية (الصحافة الإلكترونية) وسياقاتها المركَّبة -السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية- نشوءًا وتطورًا وتكيُّفًا مع البيئة الاتصالية الرقمية، وأيضًا لبحث إطارها التنظيمي وعلاقتها بالإعلام التقليدي والمجتمع، والسوق الإعلامية التي تنتظم نشاطها، وكيفية استجابتها لاحتياجات المستخدمين، وطبيعة ونوع الجمهور الإعلامي الجديد الذي تستهدفه، والمجال العام الذي تتحرك فيه والثقافة السياسية التي تُنْشِئُها، وأسلوب التفكير الذي تُحدثه، والتنظيم الاجتماعي الذي تخلقه، وأثر جائحة كورونا في صناعة الإعلام والميديا عمومًا.
وتنبع أهمية الكتاب أيضًا من طبيعة التحولات المهنية التي يشهدها الإعلام في العالم العربي، وهي تحولات سريعة وهيكلية، أبرزها محاولة الإعلام التقليدي البحث عن مساحة للاستمرار في العالم الرقمي كما حدث لعدد من الصحف اليومية، وكذلك الحال في محاولات بناء نموذج اقتصادي جديد ينعتق من مرحلة التجريب والهواية، علاوة على الأدوار المتنامية للصحافة الإلكترونية في تنمية المجال العام والمشاركة الديمقراطية الوليدة في بعض المجتمعات العربية، على الرغم من أن هذه التحولات السريعة تحدث وسط حالة من الإرباك في المشهد الإعلامي، ولاسيما أن الصحافة الإلكترونية بدأت تواجه تحديات مختلفة قد تهدد وجودها في ظل انتشار شبكات الإعلام الاجتماعي.

نبذة عن المحرر

محمد الراجي: باحث بمركز الجزيرة للدراسات، يشرف على برنامج الدراسات الإعلامية ويتولى مسؤولية سكرتير تحرير مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية والإعلامية. حاصل على درجة الدكتوراه في الإعلام من جامعة أم درمان الإسلامية عام 2015. تُركِّز اهتماماته البحثية على الإعلام والاتصال وأثرهما المعرفي والثقافي والاجتماعي، والتحليل النقدي للخطاب الإعلامي. ومن أهم أعماله البحثية تحرير كتاب: "سلطة الإعلام الاجتماعي: تأثيراته في المنظومة الإعلامية التقليدية والبيئة السياسية"، وفصول في بعض الكتب، مثل: "الجزيرة في عشرين عامًا: أثرها في الإعلام والسياسة والأكاديميا"، و"تنظيم الدولة الإسلامية: النشأة والتأثير والمستقبل".

studies.aljazeera.net

مركز الجزيرة للدراسات
ALJAZEERA CENTRE FOR STUDIES